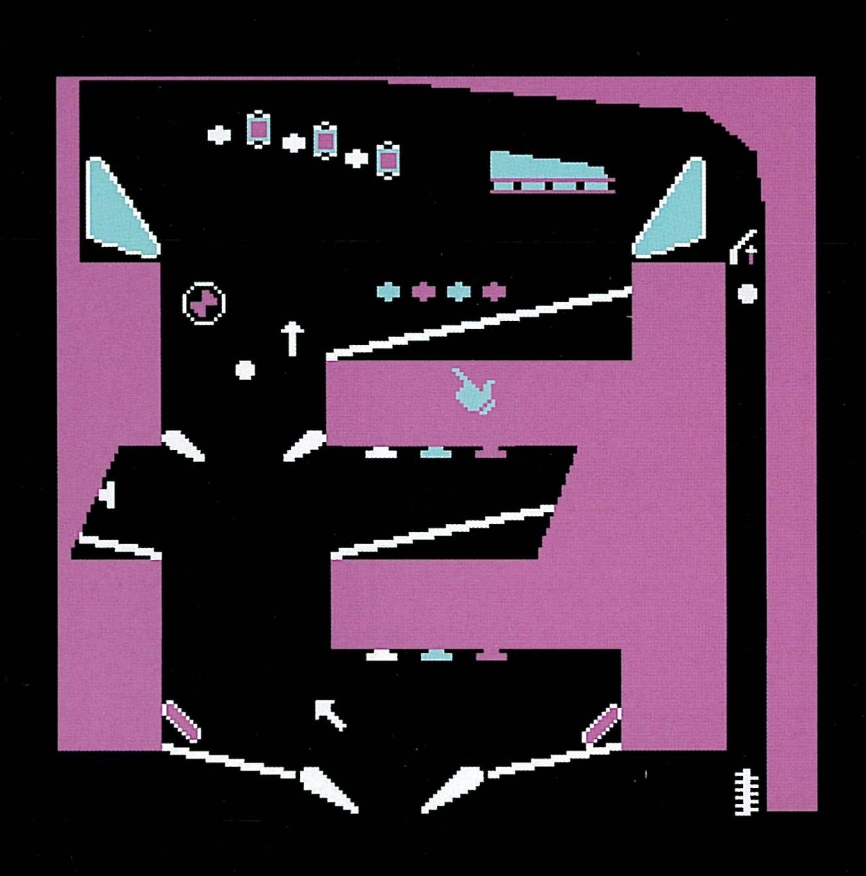
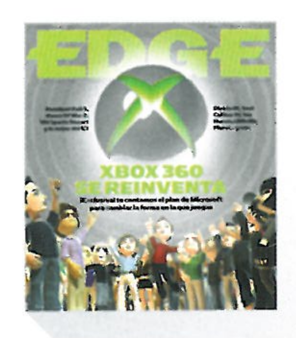

VIDEOGAME CULTURE
REVISTA MENSUAL | Nº29
EDGE®
PLAYSTATION | NINTEN
| PORTÁTIL | ONLINE
Resident Evil 5, Gears Of War 2, Wii Sports Resort y lo mejor del E3
Diablo III, Soul Calibur IV, Too Human, Little Big Planet... y más
XBOX 360 SE REINVENTA
¡Exclusiva! te contamos el plan de Microsoft para cambiar la forma en la que juegas
ESPAÑA 3,90€
8 413042 500971 00029
GLOBUS
PORTUGAL 4€ ALEMANIA 9,30€
AUSTRIA 8€ BÉLGICA 6,90€
SUIZA 12,90FR








XBox despierta pasiones en muchos pero es una gran desconocida para la gran mayoría de usuarios y esto tiene que cambiar, en Microsoft lo saben y han puesto manos a la obra como descubrirás en el completo reportaje que incluimos en este número. Bajo mi punto de vista lo que la 360 demanda es algo que sea muy fácil de entender por la mayoría, para que se acerquen a la consola sin miedo y luego, puedan "crecer" con ella como jugadores con gran potencial de futuro. Algo como lo que el iPod de la también norteamericana Apple ha supuesto para los que desconocían que existían los Macintosh. Pero mientras esperamos ese tipo de producto, los pasos que se dan son firmes y transmiten buenas vibraciones a los que estamos de una u otra forma en esta industria. Los nuevos Miis de la 360, a no que eso es sólo para la Wii... o el karaoke al estilo de SingStar de PS3 son sólo un par de ejemplos de lo mucho que la 360 quiere avanzar en el mercado de los videojuegos de masas, pero sin dejar de lado a los usuarios más apasionados, para los que trae Final Fantasy. En realidad lo que están haciendo en Microsoft, es incorporar a su consola todos los éxitos de otras, modificados lo suficiente pero transmitiendo la misma idea y al final, ofrecer una consola con todo lo que tienen las otras más todo lo que puedan ellos añadir. Todo esto me recuerda cuando empezamos en Globus a madurar la idea de hacer una buena revista sobre el mundo de los videojuegos y al final lo que queríamos hacer era algo que ya existía, era EDGE y por eso nos hicimos con los derechos de la versión inglesa para adaptarla a nuestro mercado. Hacer cosas parecidas a lo que hacen otros no es una mala idea siempre que lo hagas bien y que mejores en lo posible el original.

En EDGE estamos en ese camino, el de la mejora y por eso en los próximos números podrás comprobar como los juegos cada vez son más actuales y más interesantes ya que cada vez haremos más reviews y previews desde nuestro país, para que la disfrutes más que nunca.

**AITOR URRACA, DIRECTOR.**




PLAYSTATION® Network
eu.playstation.com
16+
PLATINUM
LO MEJOR DE PLAYSTATION®3
PLAYSTATION 3
Los mejores juegos ahora son todavía mejores
La Serie Platinum de PLAYSTATION®3 ya está aquí. Ya tienes los juegos de mayor éxito por sólo **29.99€*** Vas a alucinar con una brutal carrera de todoterrenos en MotorStorm®, con la emoción de Uncharted™: El tesoro de Drake y con el maravilloso mundo de Ratchet and Clank™. La Serie Platinum es para todo el mundo. Es para ti. ¿Estás preparado?
*PVP. Estimado
PLAYSTATION 3



www.revistaedge.es

Director: **Aitor Urraca**
aurraca@globuscom.es
Director de Arte: **Carlos Girbau**
cgirbau@globuscom.es
Redactora: **Miriam Llano**
mllano@globuscom.es
Secretaria de Redacción: **Paloma Carrasco**
revistaedge@globuscom.es
Colaboradores: **Nacho Ortiz, Tonio L. Alarcón, Luis García Navarro, Lola Mayo, Ramón Méndez, Carlos González, Ricardo Zapatero y Alejandro Pascual.**

PUBLICIDAD
Director Comercial: **Daniel Bezares**
dbezares@globuscom.es
Tel.: 914 471 202 Fax: 914 456 003
Jefe de Publicidad: **Julia Muñoz**
jmunoz@globuscom.es
Tel.: 914 471 202
Jefa de Coordinación: **Almudena Raboso**
araboso@globuscom.es
**Cataluña:**
Director de Delegación: **César Silva**
csilva@globuscom.es
Tel.: 932 188 554 Fax: 932 188 252
Coordinación: **María Miguel**
mmiguel@globuscom.es
**País Vasco:**
Jefe de Publicidad: **Mikel Díaz de Argandoña**
globusmikel@telefonica.net
Tel. Móvil: 670 802 890

PRODUCCIÓN
Directora Técnica: **Eva Pérez**
eperez@globuscom.es
Jefe de Producción: **David Ortega**
Internet: **Cani Montes**
Sistemas: **Oscar Montes**
Fotomecánica: **Da Vinci**
Impresión: **Rotedic**

DIFUSIÓN
Director de Promoción y Ventas: **Antonio Esturillo**
aesturillo@globuscom.es
**Suscripciones:** Alicia Rodríguez
c/ Covarrubias, 1-1º. 28010 Madrid
Tel.: 914 471 202. Fax: 914 456 003
suscripciones@globuscom.es

RECURSOS HUMANOS
Directora: **María Ugena**
mugena@globuscom.es

ADMINISTRACIÓN
Director Financiero: **José Manuel Hernández**
jmhdez@globuscom.es
Jefa de Tesorería: **Ana Sánchez**
aschez@globuscom.es
tesoreria@globuscom.es
Administración Ventas Directas: **Antonio Diarruyo**

EDITORIAL
Directora General de Publicaciones
**Marisa Pérez Bodegas**
mpbodegas@globuscom.es
Asistente Dirección Publicaciones
**Montse Busqué**
mbusque@globuscom.es

EDITA
GLOBUS COMUNICACIÓN, S.A.
www.globuscom.es
Presidente: **Alfredo Marrón**
amarron@globuscom.es
Dirección: Covarrubias, 1. 28010 Madrid
tel.: 914 471 202. Fax: 914 471 043

Distribución España: SGEL
Sobretasa aérea para Canarias: 0,15€
F. Imp.: 1/09 Printed in Spain

Depósito legal: **M-15716-2006**

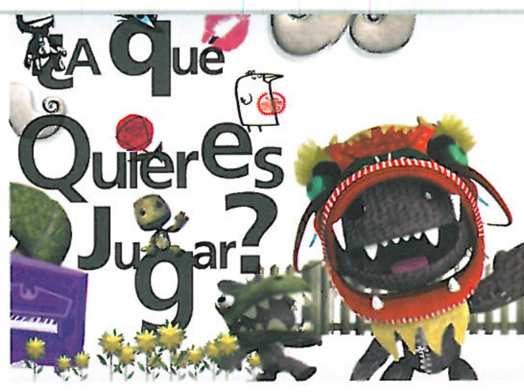




# SUMARIO

NÚMERO 29

## Este mes






















## Todos los meses




# SUMARIO

CONTINUACIÓN

## Lo más



## Nuevo





## START




A pesar de volver este año al Convention Center, E3 siguió siendo una sombra de lo que fue, ocupando un pequeño hall y algunas salas de reuniones. Desde fuera, apenas podía imaginarse que allí se celebraba algo relacionado con los juegos. Al menos los eventos nocturnos intentaban animar las cosas: la fiesta de *Gears Of War 2* de Microsoft (arriba centro) siguió al final de la semana a la velada *Rock Band* de MTV, con concierto en directo de The Who.






EVENTO

Don Mattrick, de Microsoft, destacó la categoría de la 360 como una plataforma para jugadores hardcore. Duffy utilizó el juego de karaoke de la 360, *Lips*, para interpretar Mercy (izquierda).




# El estado del juego según E3 2008

Los Tres Grandes ajustan cuentas en la exposición anual de software de Los Ángeles, pero guardan en secreto sus mejores armas

Se suponía que este evento volvería a dar cierto toque de glamour a lo que una vez fue la exposición más celebrada de la industria del entretenimiento electrónico. Sin embargo, el E3 de este año, que se celebró en Los Ángeles entre el 15 y el 17 de julio, fue sólo un intento desganado para recordar al mundo por qué el videojuego es el sector más grande y de mayor crecimiento, con ingresos que en 2008 se prevé que alcancen los 30.000 millones de euros.

En cuanto a tamaño, al menos hubo cierta mejora. Y las ruedas de prensa de Sony, Nintendo y Microsoft proporcionaron suficientes noticias. Lo que faltó fue alguna revelación que hiciera que alguno de los Tres Grandes se hubiera marchado sintiendo que había *ganado* el E3. Con Sony, habría estado bien haber sabido algo del nuevo *Team Ico*. Pero, en vez de eso, se presentó un *teaser* de *God Of War 3* que, como cabía esperar, era bastante tenebroso, aunque resultó ser poco ilustrativo y sin nada de acción. En cuanto a Nintendo, hubiera bastado con ver tan sólo 30 segundos del nuevo *Zelda*, aunque fuera en un formato mediocre o aunque estuviera a medias.

**Microsoft estuvo a** punto de conseguirlo. Había presionado a Bungie para presentar algo relacionado con *Halo* pero, misteriosamente, todo se perdió en la carrera para llegar a tiempo, a pesar de que el desarrollador supuestamente sí traía algo. Esto dejó un mal sabor de boca, aunque más amarga fue la sensación que parecía flotar en torno a todo el colectivo *Bungie*, como dejó claro el discurso del presidente de la compañía, **Harold Ryan.** "Somos conscientes de que muchos de nuestros fans están decepcionados". ¿Por qué Microsoft eliminó la presentación? La versión oficial es que se trataba de reducir la presentación a 90 minutos. Pero no es escandaloso sugerir que no le interesa que un producto como









*Lips* (arriba) dejo claro cuáles son las áreas en las que Microsoft espera que funcione la 360. *You're In The Movies* (centro), está dirigido a un público aún más amplio, igual que el próximo juego *Scene It* (arriba).



Poder pilotar un Brumak es una buena opción, pero un juego de acción con pequeños seres vivos puede ser igual de atractivo, teniendo en cuenta la gran cantidad que aparecen.

## GEARS OF WAR 2

PLATAFORMA: **360** PRODUCCIÓN: **MICROSOFT** ESTUDIO: **EPIC GAMES** LANZAMIENTO: **NOVIEMBRE**

La segunda parte responde al modelo de evolución más que al de revolución, pero una sesión práctica con el modo multijugador de *Gears Of War 2* en el E3 sugirió que Epic está empezando a superar sus límites. La cooperación es ahora la reina del juego y las tácticas gung-ho de un sólo hombre han quedado a un lado en favor de dinámicas de equipo más complejas. Esto queda claro en el veloz modo Wingman, en el que dos jugadores van protegiéndose uno al otro mientras tratan de acabar con otras cuatro parejas que recorren el mapa.

El éxito depende de una comunicación constante, pero el juego es mucho más sutil de lo que parece inicialmente. Tiene semejanzas con *Guardian* (y con el original *Assasin*, de Gears), en el que se designaba un líder que debía ser protegido a toda costa por el equipo, y donde el toque ingenioso está en que el equipo pierde su capacidad de regenerarse cuando el líder muere.

*Submission* es una inteligente variante de *Capture the Flag*, ya que el abanderado es en realidad un vejete con una escopeta al que a nadie interesa coger como rehén. Una vez incapacitado, su cuerpo puede utilizarse como escudo, convirtiendo a los abanderados, que suelen ser un blanco muy fácil, en un elemento más difícil de vencer. Es algo muy imaginativo y divertido.

El modo cooperativo Horde es un descarado retorno a los frenéticos días del arcade de *Smash TV*, donde oleadas de soldados se despliegan por el mapa y tu equipo debe repeler a los invasores. Esta última evocación de la mentalidad multijugador del *Gears* original, marcado por la brutalidad, está dominado por las tensiones, pues tu equipo es perseguido por grupos de Locust Butchers.

Los dos nuevos mapas que aparecen –Avalanche y Day One– añaden cierta innovación en el paisaje, como un corrimiento de tierras sísmico (en el primero de los mapas citados) provocado por la nieve, que altera el nivel del terreno y diezma a los jugadores que no logren colocarse a cubierto.

El factor tiempo contribuye a crear el mejor sistema de protección del mundo de los juegos, y el poderoso nuevo armamento hace que pueda comparársele con el juego de Epic. ¿Pero será este título, a fin de cuentas, *Gears Of War 1.5*? Bueno, quizás sí y quizás no. Como podría decir la legión de fans del primer juego de la serie, la clave está en los detalles.

*Halo*, una serie que ha contribuido tanto a definir lo que supone la experiencia Xbox, protagonizara la rueda de prensa más importante desde que se lanzó Xbox 360, que define el esquema de la plataforma, incluyendo, no sólo ls sectores en los que ha demostrado ser un elemento fabuloso, sino también nuevos como las familias, las mujeres y los jugadores más jóvenes.

**No es escandaloso sugerir que Microsoft no quería que un producto como *Halo*, una serie que ha hecho tanto por definir la experiencia Xbox, protagonizara la rueda de prensa**

Microsoft anunció que tiraría a la basura la admirada interfaz de Xbox 360, sustituyéndola por una más atractiva, más elegante y menos recargada. Antes, la compañía había comenzado con las demos de *Gears Of War 2, Fallout 3, Fable 2* y *Resident Evil 5,* juegos que cuentan con un sólido apoyo, pero es cierto que la lógica no suele abundar en eventos como el E3.

Y no es que Microsoft no esté preocupada por los consumidores, que le han dejado de lado para pasarse a marcas de juego más populares. Una Xbox 360 cuesta, a fin de cuentas, menos que una Wii. Y para hacerse con esa porción adicional del mercado parece tener la mirada puesta en cómo Sony, más que Nintendo, ha venido ampliando su alcance en los últimos años. En el E3 no se presentó ningún mando de sensibilidad al movimiento (aunque, según fuentes cercanas a los desarrolladores, este sistema existe ya desde hace algún tiempo) pero el título *You're In The Movies* despertó comparaciones con la serie de Sony *EyeToy Play,* mientras que *Lips,* hábilmente presentado sobre el escenario por la diva galesa Duffy, hace pensar inmediatamente en *Singstar,* aunque con ciertas mejoras innovadoras. También hubo más de *Scene It,* aunque ahora en versión mejorada. Más interesante es el título *1 Vs 100,* un concurso multijugador cuyo lanzamiento acompañará a la llegada de la Xbox *Live Primetime.* Basado en el programa televisivo, ofrecerá premios reales a los ganadores, y representa la última expre-

OUT THERE



**HANDS-ON DECK**

**Sigue el avance de la pantalla multitáctil gracias a cuatro estudiantes de la Universidad Aalborg de Copenhague. *Oculusia* es un juego en el que cada lado de la pantalla está poblado por esponjas marinas defendidas por cada uno de los cuatro jugadores. Con la amenaza añadida de un jefe de ojos saltones, los jugadores lanzan balas por la pantalla mientras se protegen con una pala. Es un ejemplo de cómo las tecnologías que hay detrás de iPhone o de Surface de Microsoft pueden controlar los juegos del futuro. Como esto podría significar también el regreso a las máquinas de juegos arcade, convendría probar las pantallas para ver si son resistentes.**



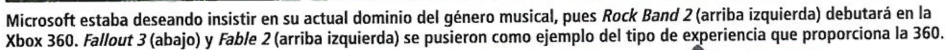
***Banjo-Kazooie: Nuts & Bolts*** **(arriba), de Rare, fue uno de los juegos más vibrantes del E3, y su stand era de los más interesantes y solicitados. Por su parte, Square Enix no pudo enseñar nada de *Final Fantasy XIII*** **(derecha).**











Microsoft estaba deseando insistir en su actual dominio del género musical, pues *Rock Band 2* (arriba izquierda) debutará en la Xbox 360. *Fallout 3* (abajo) y *Fable 2* (arriba izquierda) se pusieron como ejemplo del tipo de experiencia que proporciona la 360.



sión del interés de Microsoft para que los jugadores de la 360 pasen tiempo juntos y no en solitario. En la renovada experiencia de la 360 serán fundamentales los avatares customizables, conectados con la Gamercard de cada usuario, e integrados no sólo como personajes dentro del juego, sino también como parte de nuevas aplicaciones de comunicación, que permitirán al usuario reunirse con sus amigos en sesiones de chat o, incluso, ver películas juntos.

Una de las tradiciones del E3, sin embargo, es terminar con algo inesperado. En este caso, Microsoft reveló que *Final Fantasy XIII*, inicialmente previsto como una exclusiva para PS3, aparecerá en la Xbox 360 al mismo tiempo que la versión para la consola de Sony (al menos en Europa y Estados Unidos, pues la versión japonesa aparecerá primero en la PS3).

**A las 9:30** del día siguiente le llegó el turno a Nintendo en el Kodak Theater de Hollywood Boulevard. La vicepresidenta de Marketing de Nintendo America, **Cammie Dunaway,** hizo su primera aparición en el E3. Con ella estaba el *snowboarder* Shaun White, que demostró cómo funciona la Wii Balance Board con su próximo juego. El siguiente fue **Satoru Iwata,** el presidente de Nintendo Company Limited, que aseguró que los nuevos juegos de Mario y Zelda están en marcha. También recordó a la industria que un éxito mundial no depende sólo de un diseño visual a la última ni de grandes equipos de desarrollo. *Wii Sports, Wii Fit, Nintendogs* y la serie *Brain Training* han funcionado en el mercado mejor que cualquier juego en los últimos años, y ninguno de ellos ha exigido una inversión desmesurada desde el punto de vista de la producción (naturalmente, no mencionó la gran inversión de marketing).

Iwata afirmó que se ha roto la barrera psicológica entre los jugadores y los no jugadores. Esto fue antes de criticar a quienes "copian" las ideas de Nintendo, que debe ser "un pionero en la creación de nuevos modelos", continuó antes de presentar *Animal Crossing: City Folk*, un título para Wii que se parece a sus predecesores GameCube/DS, pero que al menos incorpora un complemento, el WiiSpeak, un micrófono que pretende acercar a las comunidades online del juego.

**Reggie Fils-Aime** fue el siguiente. Se proyectó un vídeo de presentación que pretendía ilustrar el peso de los nuevos títulos *third party* de Nintendo, pero *Clone Wars* no logró encender pasiones en un público que está empezando a hartarse de las *spin-offs* de Star Wars. Tampoco lo logró el nuevo *Rayman. Call Of Duty: World At War* funcionó mejor, pero no ayudó nada a su presentación la insistencia en que la acción estará mezclada con imágenes de gente auténtica jugando en sus casas.

La reacción más entusiasta la provocó el anuncio de *Grand Theft Auto: Chinatown Wars*. Después le llegó el turno a *Wii Sports Resort*. Incorpora Wii Motion Plus, un diminuto chisme que se acopla a Wii Remote y aumenta su sensibilidad. Dunaway volvió de nuevo al escenario para presentar el modo Disc Dog, demostrando que es más complicado de lo que podría parecer. Después le tocó a Fils-Aime presentar el modo Power Cruiser, donde tiene mucha importancia

Esta vez los enemigos son numerosos y, además, son más rápidos. Esto requiere mejor planificación y un ojo vigilante sobre tu compañero.

## RESIDENT EVIL 5

PLATAFORMA: **360/PS3** PRODUCCIÓN: **CAPCOM** ESTUDIO: **INTERNO** LANZAMIENTO: **MARZO 2009**

Si detestabas el sistema de control de *Resident Evil 4*, prepárate ahora: el de *Resident Evil 5* es igual. Y esta fue la razón principal por que fue el único título que todo el mundo consideró una decepción. Los mandos de RE4 se diseñaron de forma tosca para hacer el juego más complicado, pero la pasión de los fans por este juego parece que ha hecho desistir a Capcom de intentar algo que supusiera una inteligente revisión del juego. El resultado es un juego que tiene aún más capacidad para provocar el pánico que su predecesor, en parte gracias a que la velocidad de los enemigos se ha incrementado, siendo más difícil resistir los ataques cuando estás entre la espada y la pared.

El juego sigue siendo igual de poco imaginativo: hay que lanzar cajas y barriles para conseguir munición extra y todavía hay que apretar un botón para alcanzar y coger cualquier cosa que quieras añadir a tu inventario. Al menos, cuentas con la compañera Sheva para ayudarte a conseguirlo: puedes intercambiar armas y otros elementos con tu compañera, que te ayudará cuando tengas problemas de salud, y te pedirá ayuda cuando ella esté en apuros, naturalmente.

Al marcharse el anterior director del juego, la verdad es que el equipo de desarrollo de Capcom no ha tenido la valentía de intentar alguna cosa que no fuera dictada por lo que marcaba el juego anterior. El modo cooperativo online de *Resident Evil 5* es una razón para entusiasmarse, pero cuando los aspectos básicos parecen más el resultado de un compromiso, uno no puede evitar sentir que una serie tan buena como esta merecía algo mejor.



Cuando crees que ya has entendido Disc Dog, el punto de mira se mueve y tienes que volver a calibrar el arma. Es más complicado de lo que parece.

## WII SPORTS RESORT

PLATAFORMA: **WII** PRODUCCIÓN: **NINTENDO** ESTUDIO: **INTERNO** LANZAMIENTO: **TBC**

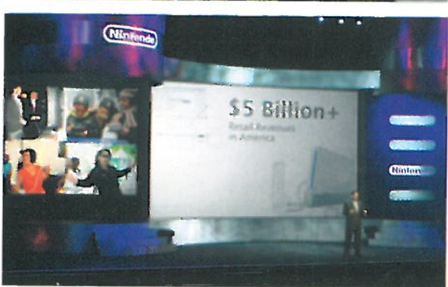
Nintendo deseaba presentar tres de los minijuegos que forman parte de *Wii Sports Resort*, pero cada uno de ellos contó con demos que explican por qué el nuevo complemento Wii Motion Plus es capaz de mejorar la experiencia de Remote.

El modo Sword Play permite coger el mando con las dos manos y para acostumbrarte a sus características, puedes cortar una serie de estacas de madera o lápices gigantes sin afilar. Después, se trata de una batalla uno contra uno con un segundo jugador, utilizando el botón B y haciendo rotar la espada en las manos, en correlación más o menos perfecta con la posición del Remote. Los fans de Star Wars con consolas Wii llevaban mucho tiempo pidiendo un juego controlado por Remote con esta licencia. Teniendo en cuenta que Nintendo ha distribuido los kits de desarrollo a las *third parties* hace muy poco tiempo, no debemos contar con que esto ocurra pronto.

En cuanto a *Power Cruising*, es el más parecido a cualquier independiente de los que haya lanzado Nintendo. La dinámica es predecible, pero el sistema de control con Remote y el nunchaku añade un toque físico que no había existido hasta la fecha, aunque la versión final tendrá que ofrecer más complejidad de la que se vio aquí, y será esencial contar con un modo de cuatro jugadores con pantalla partida.

La demo final correspondió a *Disc Dog*, que lleva el minijuego de discos volantes de Nintendogs hasta una conclusión más física. Este juego demostró ser el más complicado de todos. *Wii Sports Resort* exige más habilidad que su predecesor, pero debe considerarse otro éxito, y nos tenemos que preguntar dónde volverá a utilizarse de nuevo esta tecnología.




Reggie Fils-Aime (encima) provocó risas cuando dijo que el competidor de Wii no es ni la 360 ni la PS3, sino la DS. Cammie Dunaway (arriba), sin embargo, sólo logró producir gruñidos.

El periférico WiiSpeak, dentro del pack de *Animal Crossing: City Folk*, puede colocarse encima o debajo de la pantalla, y lo mejor es ponerlo sobre el Remote Sensor Bar.

el agua. "¡A los chicos les gustan las cosas fuertes!" dijo sonriendo, mientras agarraba el Wii Remote y el nunchaku como si fueran el manillar de un Jet Ski.

Los ánimos mejoraron con la llegada de **Shigeru Miyamoto,** aunque se apagaron cuando descubrieron que estaba allí para interpretar una terrible música de jazz utilizando el Wii Remote como si fuera un saxofón. El clímax del evento llegó cuando otros tres miembros de Nintendo se unieron a Miyamoto para interpretar algo parecido a un coro de vacas mientras sonaba el clásico tema de Mario. Era algo digno de verse, pero parte del público ya estaba pensando en el evento de Sony.

**Cuando llegábamos al** Shrine Auditorium, nos encontramos ante la rueda más importante del E3, con la asistencia de 2.000 personas. Cuando se apagaron las luces y el logo de PlayStation empezó a revolotear por las pantallas, se oyeron los gritos de entusiasmo del público, lo que nos recuerda el peso que sigue teniendo Sony en la industria del videojuego, a pesar de los pequeños (y grandes) resbalones de los últimos dos años.

Es cierto que **Jack Tretton,** presidente de Sony Computer Entertainment America, necesitaba esos ánimos, pues subió al escenario para decir que cada discurso en el E3 le costaba dos años de vida. No es raro, teniendo en cuenta que Sony posee actualmente tres plataformas en el mercado, algo que sus competidores no tienen, lo que además supuso que su conferencia durase dos horas. El primer mensaje estuvo claro. Después de dos años, dijo, PlayStation 3 empieza a ponerse interesante. No había duda de que el primer juego presentado, *Resistance 2*, suponía un impor-



*City Folk* tiene mucho en común con sus predecesores, pero su capacidad de comunicación debería transformar la experiencia.









Nintendo presentó los dos grandes títulos de Wii en el Kodak Theater (izquierda, arriba izquierda). Una de las características más interesantes de *Wii Music* es el modo batería (encima), que utiliza el Balance Board, aunque es una propuesta complicada.

tante avance sobre su predecesor, que acompañó al lanzamiento de la PS3. Con una coreografía de gran brillantez, esta presentación sugirió que *Resistance 2* logrará un nivel tal que hará que nos dé vueltas la cabeza.

*LittleBigPlanet* es otro de los títulos que se espera que alcance categoría de estrella, y Tretton lo consiguió, recibiendo sobre el escenario a *Alex Evans,* de Molecule, que explicó cómo se está diseñando el juego. Más que una demo tradicional, utilizaron un entorno de juego hecho a medida, con componentes utilizados como herramientas con las que ilustrar las cifras que definen la situación actual del negocio de Sony. Evans manejaba a Sackboy para animar un gráfico de barras en tiempo real e iba presentando otros toques deliciosamente imaginativos mientras Tretton iba leyendo estadísticas en su teleprompter. Nintendo suele tener encanto en sus presentaciones de videojuegos, pero esta parte de la conferencia de Sony fue la pieza más cautivadora del E3.

Era pedirle demasiado a Tretton que, ya sin el apoyo del carisma latente de *LittleBigPlanet,* lograse que el resto de su discurso fuera igual de atractivo, aunque tenía muchas cosas de las que hablar. A lo largo de 2008 se lanzarán 130 juegos para PS2, una consola que tiene ya ocho años. La serie *Singstar* ha vendido más de 15 millones de unidades hasta la fecha.

Trenton aseguró que "la paciencia sería recompensada" con la puesta en marcha de PlayStation Home, y luego habló de la descarga de películas a través de la consola de Sony. Pero, al contrario que Microsoft, se trataría de películas que son transferibles libremente a PSP, una estrategia que anuncia la llegada de UMD como medio de almacenamiento portátil.

Y, para terminar, se presentó el juego de *Sucker Punch Infamous* (con un aspecto tan espléndido como cabía esperar) y también *MAG,* un juego que propone un modo online en el que pueden participar hasta 256 jugadores.

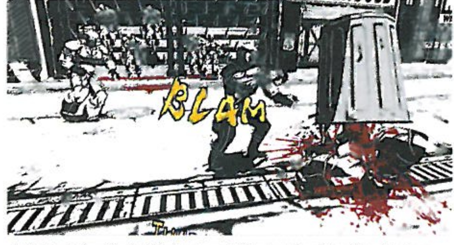
**Tretton terminó invitando** al público a considerar que éste es el segundo año de la PlayStation 3, y a imaginar lo que puede venir en los siguientes. Había empezado confirmando que Sony tiene un plan de diez años de duración para esta consola, lo que significa que hay mucho trabajo por delante e, indudablemente, muchos errores por cometer, pero también el lanzamiento de muchos grandes títulos que harán evolucionar el mundo de los juegos.

**Los ánimos mejoraron con la llegada de Shigeru Miyamoto, aunque se apagaron cuando descubrieron que estaba allí para "interpretar" una terrible música de jazz en un Wii Remote**

Al contrario que Microsoft, Sony no tuvo que hablar de atraer a sectores del público con los que ya tienen una sólida relación heredada del buen trabajo con la PS1 y PS2. Y, al contrario que Nintendo, tiene un nivel de apoyo entre las *third party* que mantendrá a la PS3 en la vanguardia de las preferencias de cualquier jugador serio. De vuelta en el Convention Center teníamos una extraña mezcla de sentimientos. ¿No era estupendo poder recorrer estos espacios con tropas de gente joven deseosa de conseguir regalos promocionales? Pero, ¿no sería mejor aún recuperar algo del mítico espectáculo que fue el E3 en sus tiempos?








*Wii Music* (arriba), *Wario Land: Shake It!* y *MadWorld:* tres exclusivas para Wii presentadas en el E3 que logran ilustrar el tipo de diversidad que Nintendo quiere alcanzar.




EVENTO

# Gamelab 2008

## El campo de cultivo definitivo para el ocio electrónico.

En nuestro país no es frecuente encontrar eventos dedicados íntegramente al mundo de los videojuegos, en los que además se ofrezca una visión global de cómo evoluciona el sector. En ese sentido, los encuentros profesionales acontecidos en Gamelab 2008 abordan una panorámica, amplia y renacentista, de la situación actual de la industria. Un excepcional choque de mentalidades y personales que consigue la interacción directa y el intercambio de conceptos entre desarrolladores, prensa, cineastas, editores, distribuidores, inversores, representantes de la administración pública y de las universidades, etcétera.




Oscar del Moral, de Microsoft, explicó la tecnología XNA para el desarrollo de videojuegos para la 360, que permitirá a cualquier jugador crear su propio título.



La ciudad de Gijón (Asturias) se convirtió, durante dos intensas jornadas, en un hervidero de proyectos con línea directa entre todos los asistentes. Una democratización de opiniones que produjo interesantes conclusiones y hechos, como que se diese por sentado, desde un principio y sin lugar a dudas, que el videojuego es cultura. No es la primera vez que ésta ciudad se vuelca con el ocio electrónico. Cabe recordar que Gijón posee uno de los museos de arte más vanguardistas de nuestro país, el centro de arte y creación industrial Laboral, el cual ha albergado varias muestras dedicadas al videojuego y al *game-art*. Un edificio franquista reconvertido en sala de exposiciones que muestra, paradójicamente, las ideas más avanzadas y la creación más contemporánea. Por tanto, no es de extrañar que una ciudad capaz de colocar *Space Ivaders, Mario Bros. 3* o *REZ* en un museo, albergue un evento tan productivo como es Gamelab. La importancia de un evento de estas características en nuestro país es sustancial para el desarrollo de la industria del ocio electrónico y sobre todo para formalizar, de una vez por todas, una visión positiva y profesional del sector de cara al público masivo.

**Este evento resulta vital en nuestro país para el desarrollo de la industria del ocio electrónico y, sobre todo, formalizar una visión positiva y profesional del sector de cara al público masivo**

La importancia de Gamelab quedó fuera de toda duda: un evento completamente necesario para el correcto desarrollo y promoción de la industria del ocio electrónico en España.





**La primera jornada** comenzó con una conferencia a cargo de Carlos Iglesias, presidente de Adese, que mostró los inmejorables resultados de la industria en el último año. Los datos nos sitúan como el cuarto consumidor de ocio electrónico de Europa, pero revelan que ocupamos el tercer puesto en piratería. También se analizaron temas como el inquietante desequilibrio entre el alto nivel de consumo y los escasos desarrollos nacionales, la rápida integración de las mujeres como consumidoras de videojuegos, la eficacia del sistema PEGI y su repercusión en el sector... Iglesias cree que la mejor opción para solucionar el déficit de desarrollo en España es buscar el apoyo gubernamental, como sucede en países como Francia o Reino Unido, dónde se conceden subvenciones a la creación de nuevos proyectos. Gamelab 2008 se caracterizó también por la presentación de novedosas estrategias pensadas para el futuro más inmediato del sector. Destacaron las ponencias de Marta Piedrafita, de Microsoft Advertising, y Fernando Piquer, de Bitoon. Piedrafita arrojó luz sobre las nuevas posibilidades publicitarias que permiten los videojuegos. Parece ser que las agencias de publicidad están teniendo dificultades a la hora de encontrar al consumidor, ya que nuestra manera de aprovechar el tiempo libre está cambiando. Pasamos más tiempo que nunca delante del ordenador, hablando por el








**Las jornadas contaron con la participación de profesionales de reconocido prestigio y un público totalmente entregrado al universo de los videojuegos.**

móvil y jugando a videojuegos, y cada vez menos delante del televisor. De hecho, la consola se está convirtiendo en un elemento que acapara buena parte de nuestras horas de ocio, por lo que ya se están buscando nuevos sistemas de integración de publicidad. Microsoft está trabajando en soluciones como la introducción de anuncios en tiempo real dentro de las partidas, por ejemplo, aplicando texturas con marcas de bebidas en el modelado de camiones o pósters de películas reales en juegos como *GTA* o *Crackdown*. Algunas de estas prácticas ya se han probado en EE UU con óptimos resultados. Esto muestra que la política de Microsoft está cambiando, ya que en 2012 se espera que un tercio de sus beneficios se deban al ingreso publicitario. Piquer aseguró que los desarrollos multimillonarios son poco factibles y que lo más interesante para una empresa de desarrollo pequeña, es la creación de comunidades y redes sociales que funcionen a base de micropagos. El modelo de negocio pasa por la venta de bienes virtuales, es decir, elementos del juego con un valor virtual y real, pertenecientes a los usuarios y que ofrecen ventajas al jugador. Piquer recordó que el año pasado supusieron ingresos de 1.500 millones de dólares en todo el mundo.

**Uno de los** momentos más interesantes de la primera jornada fue la mesa redonda en la que participaron Gonzo Suárez, creador de la saga *Commandos*, el actor Santiago Segura y Nacho Vigalondo, director de *Los Cronocrímenes*. Segura sentenció nada más comenzar que los videojuegos son cultura y poco a poco la mesa redonda se transformó en una conversación entre público y ponentes. Vigalondo, por su parte, aseguró que el cine envidia al mundo de los videojuegos precisamente porque tiene una industria real que genera dinero. Aunque esté socialmente mejor valorado, para Vigalondo el cine español no tiene una industria que genere tantos ingresos como la de los videojuegos ni tampoco un público tan entregado. Suárez se mostró firme a la hora de asegurar que el videojuego es un lenguaje independiente, a pesar de que en muchas ocasiones se influencia directamente del cine, así como el cine bebió del teatro y la literatura en sus comienzos. Para él, es un método de expresión que no tiene porqué ligarse a reglas o estereotipos.

De la segunda jornada destaca la ponencia de Enric Álvarez, uno de los fundadores de Mercury Steam, creadores de *Jericho* y empresa que actualmente se encuentra desarrollando un título para Konami. Explicó de qué manera se debe llamar la atención de un *publisher* potente, incluso sin tener una demo jugable del videojuego que queremos lanzar. Para Álvarez lo importante es mostrar todo lo que un estudio es capaz de hacer en un vídeo de menos de un minuto de duración. De hecho, Mercury Steam captó la atención y el dinero de Codemasters, con una secuencia de unos inquietantes 20 segundos en la que se mostraba una mujer poseída y agonizando. Álvarez posteriormente participó también en la siguiente mesa redonda que trataba el tema de cómo potenciar el desarrollo del sector en nuestro país.

La conclusión más importante fue la urgente necesidad de captar el apoyo y de las instituciones públicas. De esta manera, se crearían más estudios y, por tanto, más proyectos, además de conseguir un reconocimiento social hasta el momento desconocido en nuestro país.



"La gente dice que se debe a los videojuegos, y creo que algo tienen que ver. Los chicos están despiertos toda la noche, fumando como carreteros y se han vuelto insensibles a la violencia, y eso es porque juegan con estos juegos, y es realmente terrorífico".
¿Se estará haciendo viejo Noel Gallagher, alias 'cocaína en los cornflakes'?

"Creo que sigue habiendo tres personas en la red que siguen diciendo que Doom 3 era 'malo', y no tienen ninguna credibilidad. Hay un enorme error de percepción. Suelo decir: ¿Por qué no tuvo éxito Doom 3? Vendimos más de tres millones de unidades. Es el juego de mayor éxito de la historia".
Todd Hollenshead de id es muy sensible respecto a las creaciones de su empresa: no se puede comparar *Doom 3* con sus hermanos mayores. Todos sabemos que son diferentes, ¿vale?

"NeoGAF y otros foros mal gestionados sólo sirven hacer daño a la sociedad y a la industria del videojuego, están en decadencia, y deben cambiar rápidamente, antes de que la gente deje de prestarles atención".
Vaya, después de caminar por la ciénaga de NeoGAF diciendo "¡cógeme!", Dennis Dyack decide que ha encontrado la causa del mal.

"Tenemos barba. Pero no una barba cualquiera. Es que las tenemos todas".
El barbilampiño Todd Howard afirma que Fallout 3 está buscando un nicho de mercado en los videojuegos.

"En este momento tenemos dos millones de criaturas. El número de especies únicas en Spore ha sobrepasado las especies conocidas sobre la Tierra".
Igual que con las barbas. Una tremenda fanfarronada de Will Wright, ese gran profesional.



# Gameboy

## ¿De dónde saca el tiempo Guillermo del Toro para jugar a tantos juegos?

Antes de embarcarse en la realización de El Laberinto del Fauno, de Hellboy II: The Golden Army y de dos películas basadas en El Hobbit, el director Guillermo del Toro confesó ya su amor por los videojuegos. ¿Acaso no le gustan a todos? Pero, al contrario que sus colegas, este mejicano de enorme talento hablaba en serio, y tiene referencias que le respaldan. Antes del lanzamiento de su primera colaboración con Konami, *Hellboy: The Science Of Evil,* habló con nosotros de su pasión.



**¿Qué juegos de ordenador te gustaban cuando eras un niño?**
Yo jugué con el primer *Pong,* soy ya bastante mayor. También recuerdo un juego con una pistola, que era bastante cursi, y un sistema Atari. Yo respondía a los tópicos de los 80.

**"Son una herramienta narrativa increíble, algo que los cineastas deberían tener en cuenta en vez de rechazarlo. En los próximos diez años, habrá un par de obras maestras"**

**¿Algún favorito?**
Me encantaban juegos como *Asteroids* y *Galaga.* Cuando llegaron los juegos en CD-ROM para Mac y PC, encontré algunas obras maestras. Había un juego japonés llamado *Gadget* que tuvo mucha influencia en películas como Dark City y The Matrix. También había otro bastante terrorífico, *Cosmology Of Kyoto:* cada vez que morías, ibas a un infierno distinto. ¡Y te podías hasta reencarnar en perro!

**¿Y qué camino crees que han recorrido desde entonces los videojuegos?**
Son una herramienta narrativa increíble, algo que los cineastas deberían tener en cuenta en lugar de rechazarlo. En este momento muchos ya nos permiten disfrutar de una experiencia narrativa más global que la mayoría de las películas.

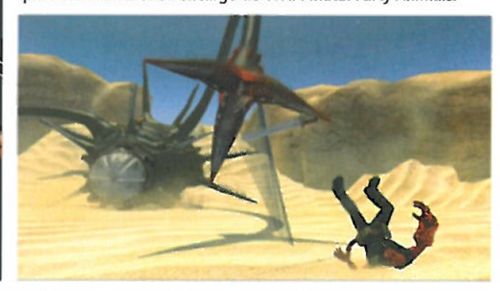
**¿Qué es lo que más te ha impresionado recientemente respecto a los videojuegos?**
Me encanta el motor de GTAIV. No soy un gran fan del juego en sí: no me gustan los robos, ni atropellar a la gente, pero el mecanismo es muy bonito y el juego es completo. Lo mismo puede decirse de *Medal Of Honor Airborne, Call Of Duty 4* o *Army Of Two.* Hay dos juegos que considero obras de arte: *Ico* y *Shadow Of The Colossus.*

**¿Qué te parece *BioShock?***
Me encantó el mundo, el diseño, la ilumina-


El característico estilo visual de Del Toro funciona bien en los juegos, aunque es un terror con menos acción.



El desarrollo del juego de pelea total *Hellboy: The Science Of Evil* se ha realizado en los Krome Studios, la empresa australiana que anteriormente se encargó de *Viva Piñata: Party Animals.*







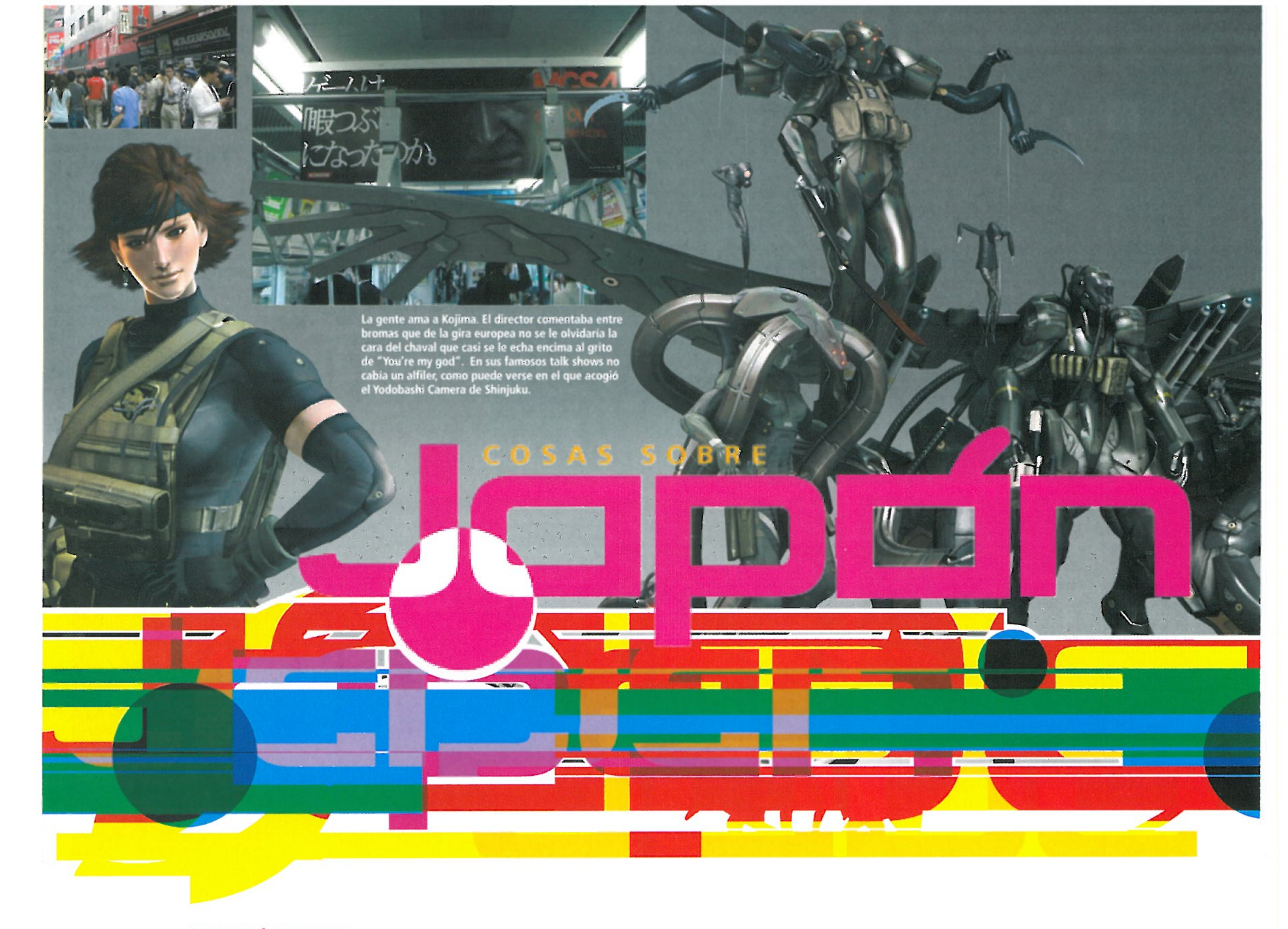
ción, la dirección de arte y la fotografía. Soy fan de *Silent Hill, Resident Evil* y *Devil May Cry.* Me encantan todos esos magníficos juegos. El primer *Silent Hill* era muy bello, una experiencia de cine de terror al estilo de Lynch, Polanski o Romero.

**Tu primera propuesta de videojuego era un proyecto llamado Sundown. ¿Qué pasó con ese desarrollo?**
Pasó por muchos desarrolladores. Lo creas o no, si no sigues un modelo determinado, les cuesta mucho pensar más allá de lo obvio, como ocurre en Hollywood. Creamos un material realmente muy bueno, cosas que luego he visto en otros juegos, pero este proyecto es de hace unos dos o tres años. No es tan importante. Soy jugador de videojuegos, y sigo pensando en lo que me gustaría ver y lo que querría hacer realidad cuando finalmente consiga diseñar uno. Quizá retome mis contactos con la industria en un futuro próximo.

**Vin Diesel y Peter Jackson han abierto sus propios estudios de juegos. ¿Crees que podremos verte a ti haciendo lo mismo?**
Sí, puede ser. Me encantaría encontrar la manera de reunir diferentes plataformas en una y convertir el lanzamiento de un juego y de una película en un acontecimiento realmente interactivo, pero no tengo prisa. Me impresionó mucho cómo se desarrollaron los juegos de la saga El señor de los Anillos. ¿Quién sabe? quizá podemos hacer algo así con El Hobbit.

**¿Qué tal te ha ido trabajando con Konami en *Hellboy: The Science Of Evil*?**
Me hubiera encantado desarrollar un motor para ese juego, pero tuvimos que usar uno que ya existía. Creo que, teniendo en cuenta con lo que contábamos, un motor similar al de *God Of War,* encontramos buenas ideas. El juego es muy divertido. Le dedicamos bastante tiempo y tratamos de cuidar en lo posible la dirección de arte, el diálogo y el vestuario.

**¿Hasta qué punto crees que los juegos han influido en tus películas?**
Mucho. Los videojuegos utilizan la dirección de arte, el color y la narrativa de una forma que muchas películas han olvidado. Tengo una hija de 12 años y jugamos juntos, pero, desgraciadamente, a ella le gusta más Sonic y Kirby. No debemos considerar los juegos como un universo separado del cine, sino desarrollar historias utilizando ambos medios al mismo tiempo. Creo que es posible.




La gente ama a Kojima. El director comentaba entre bromas que de la gira europea no se le olvidaría la cara del chaval que casi se le echa encima al grito de "You're my god". En sus famosos talk shows no cabía un alfiler, como puede verse en el que acogió el Yodobashi Camera de Shinjuku.

## Juegos de verano

Luis García Navarro, traductor de videojuegos

Con las continuas oleadas de juegos a las que nos tienen acostumbradas las compañías, cuesta digerir la calma estival y el bajo volumen de novedades que se presentan durante los meses de calor. En Japón, sin embargo, del mismo modo que el tsuyu refresca con sus lluvias el humeante asfalto, el sostenido ritmo de lanzamientos no deja tiempo para que el firme de la industria se reseque. Durante estos días es más que probable que sólo estudiantes (que no estén en edad de trabajar) y profesores (que no hayan decidido pluriemplearse) tengan tiempo suficiente no sólo para jugar a esos títulos que tenían amontonados, sino para hincarle el diente a las novedades que refrescan las tiendas durante el sofocante verano japonés.

Tradicionalmente, es la época dedicada a promocionar en mayor medida futuros títulos, principalmente a través de eventos (como la Square Enix Party). Son varias las compañías que aprovechan estos meses para organizar encuentros con sus clientes y aficionados más fieles, por lo general veinteañeros. Sin embargo, las previsiones de asistencia no están siendo tan optimistas como de costumbre. Algo comprensible, en parte, si tenemos en cuenta la presencia de títulos nuevos que rezuman calidad y que invitan a quedarse en casa.

**Los culpables de que este verano más de uno se abstenga de poner un pie en la calle a no ser que sea estrictamente necesario tienen nombre propio: *Persona 4* y *Tales of Vesperia*.**

Los culpables de que más de uno se abstenga de poner un pie en la calle a no ser que sea estrictamente necesario tienen nombre propio: *Persona 4* y *Tales of Vesperia*. Cabe destacar que la cuarta entrega de la saga de Atlus puede que sea el último gran juego que recibe PS2 ahora que la migración de usuarios hacia PS3 se ha disparado gracias a *Metal Gear Solid 4*, otro de los juegos que más está siendo disfrutado estos días.

Hablando del juego de Konami, éste ha sido protagonista de una de las campañas de marketing más abrasivas de la década. A los oportunos anuncios gigantes situados en lugares estratégicos de Japón (en Tokyo no ha faltado la decoración al lado de la pantalla Super Lisa de Shibuya, por ejemplo, o en las salidas de la estación de la JR de Akihabara) se le han sumado revestimientos de trenes y paredes de centros comerciales, promociones virales y cómo no, un




buen número de anuncios de televisión. Por otra parte, Hideo Kojima está aprovechando estos días para hacer una gira por todo Japón y Asia. Tras quedar cancelada la presentación del juego durante la semana del lanzamiento, han hecho las paces con los fans citándolos en Nagoya, Osaka y Tokio. Estos baños de multitudes le han servido para hacer algún que otro anuncio (torneo mundial de *Metal Gear Online*) y dejar caer algún comentario sugerente, como el de que los usuarios disfruten bien de *MGS4* y *MGO* durante dos o tres años, ya que para entonces quizá tengamos entre manos otra cosa.

Volviendo a los títulos veraniegos, otro de los juegos que pegará fuerte (mientras se escriben estas líneas quedan escasas horas para que se ponga a la venta) es el *Phantasy Star Portable* para PSP. Otro juego destinado a promover los encierros voluntarios en casa es la versión del *Winning Eleven 2008* especializada en clubes y, por consiguiente, en la J-League. Incluye más equipos que nunca, sale a la venta a finales de mes y para promocionarlo se ha llevado a cabo un evento que ha girado en torno a competiciones de fútbol virtual y, aunque cueste creerlo, de piedra-papel-tijeras, otro de los deportes nacionales.

Con el verano regresan también las ansias de contar relatos de terror. Hay cosas que a los japoneses les hacen pensar en una estación en concreto (en otoño se habla de deporte, lectura y gastronomía sobre todo), y lo que siempre remitirá al verano son las historias de espectros (llamados *kaidan*). Esto se nota especialmente, además de en las carteleras de cine, en la ración de miedo que reciben estos días los usuarios de consolas de sobremesa de Sony y Nintendo con las últimas entregas de *Siren* y *Project Zero,* respectivamente.

# Lo más

El futuro del entretenimiento electrónico

## Los + buscados de **Edge**

### Street Fighter IV



**A pesar de sus múltiples demos, el coin-up de Capcom no está completo, lo que ha arruinado la review de este mes. Aún así, parece bastante bueno.**
ARCADE, CAPCOM

### Gridrunner+++




**Hay que dar gracias porque no estemos conteniendo a Jeff Minter. El parecido superficial que pueda tener con GR++ lleva a engaño.**
360, LLAMASOFT

### Infamous



**¿Crackdown con relámpagos? Lo compraríamos por un dólar, así que esperemos que el juego dé la talla, y que el karma sea más sutil que la destrucción.**
PS3, SUCKER PUNCH PRODUCTIONS

## El efecto de masa

### Por qué la gente consigue aquello que pide



**Dar al consumidor lo que demanda parece una estrategia de negocio bastante rentable, pero, ¿es verdad que la gente siempre sabe lo que quiere? Al menos Diablo III (izquierda) es la mezcla perfecta de lo que el público pide y los desarrolladores desean.**

Web 2.0, juego 3.0. Se ha hablado mucho últimamente sobre cómo la red permite la comunicación entre el productor y el consumidor, lo que hace que la frontera entre ambos sea cada vez más borrosa. La clave de esto es la comunidad en red: los desarrolladores siempre han tenido sus seguidores, y ahora se pueden dirigir a ellos directamente. Pueden filtrar, argumentar y cribar sus respuestas. Utilizan sus opiniones para crear un producto a su medida, que esperan poder vender en grandes cantidades.

La otra cara de este acuerdo de marketing, aparentemente equitativo, es que los desarrolladores pueden terminar haciendo las cosas a expensas de su propia autonomía a la hora de crear. Es como un entropía, con el éxito vienen las expectativas, pero a la vez menos libertad a la hora de cumplirlas. Quizá Bungie hiciera lo correcto al distanciarse de la franquicia de *Halo* justo cuando llegó a su punto más alto (su imaginación y ambición podrían llenar un espacio mayor al del casco de Jefe Maestro).

Blizzard ha elegido volver a *Diablo*, claramente por servir a los fans, así como por propia iniciativa. Lo que hay que preguntarse ahora es hasta qué punto sacrificarán su imaginación al hacerlo. Algunos grupos ya han comenzado con sus peticiones, dando carpetazo a la modesta forma en que la empresa pensaba continuar la serie. Uno de los grupos, particularmente activo, y con unas 45.516 firmas, desaprueba el uso más liberal del color, y reivindica una vuelta a los tonos grises y marrones del principio.

Aunque el productor ha defendido la nueva línea artística, apuntando que el uso del color crea un contraste muy valioso con las zonas que carecen de él, será interesante ver en qué áreas Blizzard cederá ante las demandas de los fans. Esto recuerda la predicción de Hiroshi Yamauchi de que los desarrolladores terminarían por decirle a la gente de marketing qué vender, y no al revés. Y parece que esto haya funcionado para Nintendo. Uno se pregunta hasta qué punto la comunidad sabe lo que es mejor, o si realmente esta interfiriendo en la autoría de productos que el gran público no ayude a crear, pero aún así consuma.















PLATAFORMA: **PC**
DISTRIBUCIÓN: **ACTIVISION BLIZZARD**
ESTUDIO: **BLIZZARD ENTERTAINMENT**
ORIGEN: **ESTADOS UNIDOS**
LANZAMIENTO: **POR DETERMINAR**

# Diablo III

## Retorno al pasado para el rey de las mazmorras



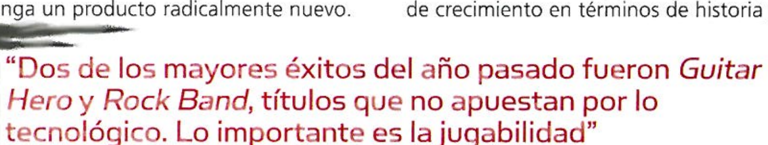


**Cuando le preguntamos si *Diablo III* ha crecido a la sombra de *WOW*, Wilson dice: "Empezó a desarrollarse antes de que *WOW* se lanzara, así que más bien se ha desarrollado a la sombra de *Diablo II*".**

Puede que *Diablo III* sea la secuela que esperan todos los fans, pero después de los años y más años de rumores e indicios que anunciaban su lanzamiento, ha acabado creándose una extraña sensación anticlimática. Tras *World of WarCraft*, Blizzard tiene una imagen pública impecable, gracias a una amplia base de usuarios en activo deseosos de probar sus productos, y además fáciles de contentar. Pocas compañías están tan bien posicionadas para sacarse de la manga un producto radicalmente nuevo.

En su lugar, casi de forma inevitable, Blizzard ha recuperado una licencia clásica, y además llevando el proyecto en una dirección que, al menos a priori, parece diferenciarse poco de la fórmula de su predecesor. Una valoración que a los desarrolladores les resulta sorprendente.

"Mirándolo desde la perspectiva de los RPG, creo que no hemos seguido la fórmula en muchos sentido -dice Leonard Boyarsky, diseñador jefe de los mapeados. Creo que *Diablo II* dejaba mucho margen de crecimiento en términos de historia y mecánica rolera. Si miro a los *action* RPG que han aparecido más recientemente, aparte de cambiar la situación de la cámara, creo que estamos yendo bastante más allá que todos ellos. Podríamos haber hecho un juego con un estilo totalmente distinto, pero entonces no habría sido *Diablo III*".



"Dos de los mayores éxitos del año pasado fueron *Guitar Hero* y *Rock Band*, títulos que no apuestan por lo tecnológico. Lo importante es la jugabilidad"

"No es que haya habido montones de clones de *Diablo* -añade el diseñador jefe Jay Wilson-. Es un género bastante limitado que no ha evolucionado mucho a nivel jugable. Éste es el título al que a nosotros nos gustaría jugar y, creemos, lo mismo pensarán nuestros fans. Dicho esto, hay algunas características nuevas que no hemos anunciado aún y que le alejan de los juegos anteriores, si bien en el fondo sigue siendo una secuela".

Un aspecto vital del juego que arrastra la esencia de sus predecesores es su ángulo de cámara. Ahora es totalmente 3D, así que resulta un progreso directo respecto a la vista isométrica de sus hermanos mayores: es esa lealtad al espíritu de la tecnología antigua la que ha llevado a muchos a pensar que el juego aporta poco a la hora de actualizar la propuesta.

"La cámara no es tecnología -acota Wilson, claramente frustrado-. La gente la asocia a lo isométrico y dice: 'Oh, ¿y por qué no actualizáis la tecnología?'. Bueno, pues sí la hemos actualizado. El tipo de cámara no está relacionado con la tecnología, sino con la jugabilidad. Partir de un punto de vista isométrico es muy distinto que hacerlo de una primera o una tercera persona, que es hacia donde se encamina la mayor parte de la industria. Dos de los mayores éxitos del año pasado fueron *Guitar Hero* y *Rock Band*, títulos que no apuestan por lo tecnológico. Lo importante es la jugabilidad, o al menos es lo que a nosotros siempre nos ha importado".

Pero Wilson está dispuesto a aclarar que no se han limitado a hacer un refrito HD de sus predecesores, y que con *Diablo*





**"Battlenet es una tecnología increíble -dice Wilson del servicio *on-line* de Blizzard-. Los jugadores van a quedarse boquiabiertos".**

"Nunca hemos querido que los escenarios fueran 100% destructibles, queríamos que se pudieran romper muchas cosas -dice Wilson-. Pero vista la respuesta general, vamos a llevarlo unos pasos más allá".

*III* no han huído de las nuevas tecnologías a la hora de reforzar y perfeccionar el núcleo de acción y batallas de la serie.

"Creo que lo más obvio a lo que prestar atención se refiere es la adición de la física -dice Wilson-. Mejora los combates, lo que es esencialmente su objetivo; hemos añadido montones de posibilidades para usar el entorno contra la gente, o para interaccionar con él. Los entornos de *Diablo I* y *II* parecían cajones llenos de monstruos. Y darles un poco más de vida es lo que hemos querido lograr a través de las nuevas tecnologías".

De forma similar, Blizzard ha alterado el grado en que los entornos se generan aleatoriamente, intentando conseguir un mayor equilibrio entre encuentros impredecibles y mundos coherentes, interesantes y creíbles. "Hemos mezclado entornos estáticos con otros aleatorios -explica Wilson-. En los escenarios exteriores, nos hemos centrado en los entornos estáticos. No hemos optado por la completa aleatoriedad de *Diablo II*, sobre todo, para poder potenciar la sensación de realismo. En ese juego, la única manera de tomar una zona tan orgánica como un exterior y hacerla aleatoria es quitarle todo el posible interés. Así que desembocaba en un diseño poco atractivo. Lo que hemos intentado en *Diablo III* es preguntarnos a nosotros mismos cómo podríamos sacarle más partido a la aleatoriedad en esas áreas exteriores. Lo que hemos hecho es inventar las 'Aventuras', que nos permiten escoger grandes fragmentos de dichas zonas y fijarlas donde queramos. Así pues, el siguiente pueblo siempre estará al norte, pero no sabes si en el camino te encontrarás un campamento, una caravana perdida o un ritual de invocación. Hay muchas clases de eventos distintos, y no sabes cuál va a aparecer. Sigue habiendo razones para explorar gracias a lo que aporta la aleatoriedad".

"La destrucción de los entornos no es tan dinámica como para que se pueda alterar el terreno y bloquear un camino -indica Wilson-. Si una ruta queda inutilizada, siempre hay senderos alternativos por los que avanzar".

Las mazmorras, de las que Wilson afirma que ocupan el 60% del juego o más, usan un sistema totalmente aleatorio. "Tomamos una de dos opciones. O empleamos una serie de diseños con entradas y salidas al azar o bien pensamos en una mazmorra totalmente aleatoria, que esencialmente es un puñado de componentes que se unen por sí solos. Claro, que las mazmorras también pueden contener Aventuras". Aun así, pese a la solidez que promete *Diablo III*, esperamos que lo próximo de Blizzard no acabe siendo una repetición de algo que ya habían hecho antes.



**Política de devoluciones**

**Blizzard no está muy dispuesta a dejar atrás su actuales licencias, e incluso, como ocurrió con el abortado *StarCraft: Ghost*, a cambiar de género. ¿Por qué seguir explotando los mismos nombres tantas veces? "Porque nos gustan -responde Wilson, perplejo-. *Diablo* es nuestra licencia de fantasía oscura, *WarCraft* la de fantasía clásica y *StarCraft* la de ciencia-ficción. Si queremos hacer un juego de ciencia-ficción, resulta complicado negarse a ambientarlo en el mundo de *StarCraft*. A la gente le encanta trabajar en licencias nuevas, pero trabajar con otras ya establecidas trae consigo muchos beneficios. Ya tienes un tono y un estilo definidos de antemano".**



Las habilidades acrobáticas del protagonista son algo más que un medio de transporte. El fin es que cualquier elemento pueda ser usado para cubrirse, lo que abre la puerta a varias posibilidades tácticas. Empire city será una ciudad variada, con diferentes zonas y arquitecturas que la harán interesante de explorar.



PLATAFORMA: **PS3**
DISTRIBUCIÓN: **SCE**
ESTUDIO: **SUCKER PUNCH**
ORIGEN: **EE.UU.**
LANZAMIENTO: **2009**

# inFamous

## El sueño de convertirse en un superhéroe de la noche a la mañana se hace realidad. ¿Será para bien o para mal?

Primero fueron los entornos abiertos, las ciudades en las que los jugadores más osados exploraban las posibilidades y forzaban las reglas del juego. Luego llegaría una simulación física más elaborada, y con ella una nueva dimensión a la hora de recrear un mundo real, haciendo más satisfactorio el vulnerar las normas virtuales establecidas. Dada la tendencia natural de los usuarios a romper los límites, no es de extrañar que ahora sean los propios desarrolladores los que rompan las cadenas de lo mundano e incorporen elementos sobrenaturales. Juegos como *Hulk: Ultimate Destruction*, *City of Heroes* o *Crackdown* ya han demostrado cómo el uso de poderes cambia el modo en el que se interactúa en estos escenarios, una idea con un amplio horizonte que explorar, tal y como pretenden los creadores de Sly Copper con *inFamous.*

Con la serie *Heroes* marcando pautas en el mundo del entretenimiento y la recién ganada popularidad del mundo del cómic en el cine, los superhéroes no podrían estar más de moda, aunque el concepto moderno de ellos ha cambiado bastante y eso se refleja en este título. El personaje no tiene un disfraz, ni una identidad secreta, es una persona normal que ha adquirido un enorme poder en medio de circunstancias extraordinarias sobre las que tiene más preguntas que respuestas. Desentrañar el misterio mientras se intenta sobrevivir a una ciudad sumergida en el caos será el hilo principal de una historia en el que la libertad va más allá de moverse por cualquier punto de la ciudad Incapaz de usar el coche por sus poderes eléctricos, el estudio ha encontrado la excusa perfecta para ofrecer al jugador una libertad de movimiento distinta. El Parkour, convertido en una tendencia en el videojuego moderno, ofrece los elementos necesarios para moverse a placer por el entorno, de forma tanto horizontal como vertical. Cualquier estructura puede ser conquistada, mientras que las habilidades especiales permitirán resistir fuertes caídas y dar grandes saltos con los que avanzar por las azoteas de los edificios. Teniendo en cuenta que Sly Copper alcanzó fama por su inteligencia a la hora de plantear sus mecánicas de plataformas, es de esperar que esa inteligencia se aprecie en el planteamiento de Empire City; sería una oportunidad perdida que las habilidades acrobáticas sirvieran sólo para escalar edificios por el mero hecho de hacerlo, sin objetivo o beneficio alguno.

Pero la libertad no finaliza en el movimiento, temas recurrentes en el mundo de los superhéroes como las responsabilidades, las decisiones y las consecuencias que implican el uso de los poderes tienen su reflejo en *inFamous*. Lejos de títulos como *GTA*, en los que los actos más infames son olvidados una vez que se escapa de la policía, aquí la población no olvidará las acciones. A través de sus decisiones, el protagonista podrá ser un héroe desinteresado, o un despreciable sociópata hinchado de poder.

Al fin y al cabo, ¿qué satisfacción hay en ser un héroe o un villano si el entorno ignora las hazañas realizadas?







El juego pone al jugador en la tesitura de usar sus poderes con responsabilidad o bien utilizarlos de forma descontrolada, en perjuicio de la población.



### El poder del rayo

**La idea de un personaje cuyo poder radica en la electricidad puede que, en principio, sólo sugiera la clásica imagen de alguien lanzando rayos con las manos, pero las ideas del equipo van más allá de eso. Por supuesto, es posible lanzar rayos, pero también crear granadas de pura energía, hacer explotar generadores eléctricos o incluso invocar rayos desde el cielo, con distintas habilidades disponibles dependiendo de las acciones del protagonista. Sin embargo, estas habilidades no están siempre garantizada y dependen de la electricidad de alrededor para recargarse, algo que ayudará a mantener la tensión que podría perderse con un personaje de poder ilimitado.**

12+
www.pegi.info

# SUPER SMASH BROS. BRAWL

## UNA NUEVA CAZADORA ENTRA EN JUEGO.

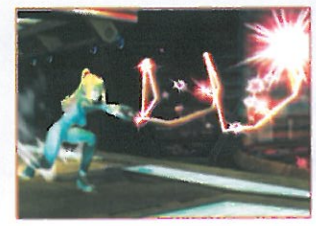
El Traje Zero de Samus no tiene los poderes ni las armas que hicieron famosos sus trajes habituales, pero Samus tiene una agilidad extraordinaria gracias al entrenamiento que recibió en su infancia con los Chozo. Además, sin su armadura es más rápida y ligera, y ahora está armada con un dispositivo llamado Paralizador, que detiene a todas las fuerzas oponentes.

### LOS MOVIMIENTOS DE SAMUS

Paralizador



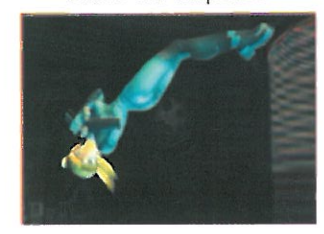
Azote de Plasma



Cable de Plasma



Salto de Impulso



**Especial**
Juego final:
El Láser Zero y
el Poder del Traje
de Samus



## SUPER SMASH BROS. BRAWL.
## BUSCA EL GOLPE FINAL.













PLATAFORMA: **360, PC, PS3**
DISTRIBUCIÓN: **WARNER BROS**
ESTUDIO: **MONOLITH**
ORIGEN: **ESTADOS UNIDOS**
LANZAMIENTO: **POR DETERMINAR**

# Project Origin

## *FEAR* sigue conservando su aroma pese al cambio de nombre



**"Los habituales nipones dominan el listado de inspiraciones fílmicas de la trama de *Project Origin* –indica Hubbard– junto a títulos como *Historia Macabra, El Resplandor* y *El Sexto Sentido*. ¡Y también algo de *Shakes the Clown*!".**



Como todas las secuelas, *Project Origin* se enfrenta a la dificultad de dar pasos adelante manteniendo la continuidad respecto al juego anterior. Pero también a tener que resolver cuestiones tan difíciles como cuáles eran las cualidades fundamentales de *FEAR* y cuáles de las mismas siguen siendo relevantes, o si, tras tantas imitaciones y derivaciones de *Ringu*, las niñas de pelo negro y largo siguen dando miedo.

'¡Eso espero!', dice el diseñador jefe **John Mulkey.** Pero, a pesar de que *Project Origin* parece tan dependiente de los clichés del cine de terror como su antecesor, su naturaleza de secuencia le ha obligado a ahondar en el pasado de su semifuturista amenaza psíquica para irla convirtiendo poco a poco en algo mucho más grandioso.

"En el primer juego, el usuario interactuó con la versión infantil de Alma, que usó para facilitar la huida de su confinamiento –dice Mulkey–. En *Project Origin*, tienes que enfrentarte a la ira de una mujer, no de una niña. Es un adulto, y no se guía tanto por su intelecto como por sus emociones básicas de rabia y de odio. Alma va a ser más directa. También va a llegarte más adentro. En el anterior título sólo veías retazos de Alma, pero en éste el jugador la padecerá mucho más".

Si bien es un alivio saber que Monolith no va a limitarse a regurgitar los elementos más destacados de juegos anteriores, existe el riesgo de que el producto final se salga de madre en sus intentos de ser más tenso y chocante. Al fin y al cabo, ¿acaso la secuencia que Monolith hizo de *Condemned* no tuvo que meterse en aguas pantanosas (y sanguinolentas) para intentar superar al grotesco juego original?

"Ambos equipos se han apoyado y se han inspirado mutuamente –dice Mulkey, evitando toda crítica hacia los excesos de *Condemned 2*–. De hecho, hemos asimilado a todos sus desarrolladores para darle el empujón final al proyecto. Estamos lanzando ideas como locos para asegurarnos de que tocamos todas las teclas adecuadas en relación al terror".

Pero como apunta **Craig Hubbard,** también diseñador jefe, *Project Origin* es, ante todo, un juego de acción. "Hay elementos terroríficos, pero no está pensado como una experiencia de horror incesante". Hubbard señala la existencia de zonas de combate más abiertas y variadas y su protocolario sistema de cobertura como formas de partir de la reputación de los tiroteos de *FEAR* y de su imprevisible IA. También ofrece la oportunidad de secuestrar algunos enemigos mecánicos, al estilo *Las Crónicas de Riddick*, y desahogarse en un baño de plomo catártico.

No hay duda de que la tarea de *Project Origin* ha sido más complicada aún por las luchas legales sobre la posesión de la marca *FEAR*, obligando a Monolith a vender el juego con un nombre nuevo. ¿Podrá éste satisfacer a los fans y convencer a los no iniciados de los méritos que oculta un título tan absolutamente insípido como *Project Origin?* Quizá su intención de evitar la campaña navideña sea una buena idea.



**"Alma es mayor y se deja llevar más por las emociones –dice Hubbard–. Sus motivaciones han cambiado desde el primer juego. Ahora es más decidida, por lo que cumple un papel mucho más activo".**



**"No puedes confiar en que los jugadores encuentren todos los detalles emocionales –dice Mulkey–. Tienes que ofrecer bastantes momentos como para que la audiencia descubra al menos un porcentaje de éstos".**



### Tensión fílmica

**Si bien tanto *FEAR* como *Origin* usan una iconografía típicas del cine de terror, Mulkey indica que la forma en que los videojuegos tocan el tema es distinta. "Un problema a resolver es que los jugadores tienden a mirar en la dirección equivocada cuando intentas mostrarles algo. Y si tomas el control y les obligas a mirar hacia donde tú quieres, el juego parece limitado y le restas efectividad. Pero también hay detalles positivos, como que puedes crear tensión obligando a los usuarios a hacer cosas que les hacen sentirse inseguros. Como el héroe es tu audiencia, puedes manipular mejor sus expectativas que en el medio cinematográfico".**

HELLBOY™
MOBILE

Si eres cliente de MOVISTAR
envia gratis **MARVEL** al **404**

Si eres cliente de ORANGE
envia gratis **HELLBOY** al **2232**

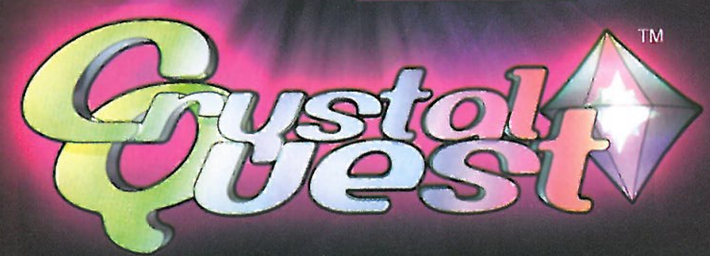
HELLBOY – EL EJÉRCITO DORADO
29 de Agosto en cines

Si eres cliente de MOVISTAR
envia gratis **MARVEL** al **404**

Si eres cliente de ORANGE
envia gratis **CRYSTAL** al **2232**

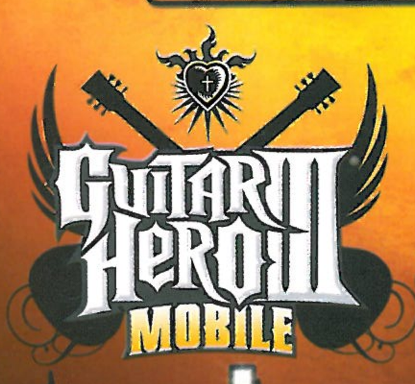
*Disfruta del clásico ahora en tu móvil*






Si eres cliente de MOVISTAR
envia gratis **MARVEL** al **404**

Si eres cliente de ORANGE
envia gratis **GUITAR** al **2232**




CONVIERTE TU MÓVIL EN UNA GUITARRA Y PON TU RITMO A PRUEBA



Ya en las tiendas un nuevo Guitar Hero para consola: Guitar Hero Aerosmith



KONAMI ACTIVISION





Lograr que Daniel Craig sea reconocible ha sido uno de los aspectos más cuidados en el juego. La forma en que caen trozos de paredes a nuestro alrededor cuando nos disparan esta muy logrado gracias al motor de Call of Duty 4, utilizado por Treyarch en varios juegos.



# Quantum Of Solace: The Videogame

## Un entretenido pero poco regular y convencional shooter en primera persona

PLATAFORMA: **360, PC, PS3**
DISTRIBUCIÓN: **UBISOFT**
ESTUDIO: **UBISOFT MONTREAL**
ORIGEN: **CANADÁ**
LANZAMIENTO: **OTOÑO**

La trayectoria de los juegos basados en James Bond tiene la inconsistencia por bandera. Diferentes casas con la licencia han intentado planteamientos distintos en cada entrega, lo que también ha generado una línea cualitativa poco regular. Desde grandes juegos como *Goldeneye* en Nintendo 64, a importantes fracasos como el título del mismo nombre creado por Electronic Arts, parece que no hay consenso a la hora de plantear la versión digital de las andanzas del agente secreto. Tras su paso por EA, que creó dos títulos considerablemente mediocres y el notable *Todo o Nada* (quizás el juego que mejor ha entendido la esencia del personaje y de la saga), ahora le toca el turno a otro coloso, Activision Blizzard, con la pretensión de recuperar el tiempo perdido con un producto que abarcará tanto *Casino Royale* como su secuela, *Quantum of Solace*.

Treyarch ha sido el estudio asignado a una tarea que no le resulta desconocida por su experiencia con los juegos de Spiderman. El planteamiento utilizado no parece que sea de los que pretenden reinventar la rueda, un lujo que no siempre están a la alcance de la mano cuando hay una licencia de por medio. En lugar de eso se ha planeado un *shooter* en primera persona tradicional, al que se ha añadido un sistema de cobertura automática propio de *Gears of Wars,* además de otra tendencia moderna en plena ebullición como es el caso de las secuencias interactivas breves (los QTE). Ambos aspectos no sólo deberían añadir profundidad a la mecánica de juego, sino también son una buena excusa para cambiar la perspectiva a tercera persona y poder presumir del modelo virtual de Daniel Craig utilizado para la ocasión.

Alimentado con el motor de *Call of Duty 4* (es el segundo proyecto con este motor desarrollado por el estudio, junto con *Call of Duty: World at War)*, el equipo de desarrollo ha hecho un esfuerzo consciente de alejarse de las actuales tendencias visuales más oscuras para poder capturar la variedad y el lujo de los entornos que se pueden ver en las películas del agente secreto. La apuesta está en crear espacios muy variados extraídos de las secuencias más relevantes, incorporando en ellos todo tipo de interacciones físicas en forma de objetos destrozables, simulación física del agua o, incluso, extintores a los que disparar para crear una cortina de espuma que desoriente a los enemigos, entre otras explosivos trucos que servirán para dar el dinamismo necesario a las escenas que lo demanden.

Centrar la mecánica de juego completamente en el combate no es un planteamiento descabellado si se tiene en cuenta que *Casino Royale* sirvió para dar un giro más físico y combativo a la saga, pero no es posible dejar de pensar que 007 es algo más que metralletas y algunos golpes contundentes ofrecidos con una perspectiva cinematográfica. Sin embargo eso no parece conmover a un estudio que tiene un objetivo muy claro y preciso: crear un título de acción lo suficientemente intenso como para mantenerse por sí mismo, sin experimentos o riesgos que pongan en peligro las ventas garantizadas de una licencia tan jugosa.



El juego combina la precisión de apuntar en primera persona con un sistema de covertura automática en tercera persona.



Además de los momentos de infiltración y combate, también tendremos secuencias fijas que capturan partes de las dos películas.



### Película y videojuego de la mano

Para evitar caer en un juego excesivamente lineal, el equipo de desarrollo ha optado por añadir algo de libertad a la hora de avanzar por ciertas fases del escenario, de modo que es posible optar por una aproximación directa, o intentar pasar desapercibido, evitando guardias o neutralizándolos por la espalda, antes de que puedan reaccionar. La intención es mantener todo el desarrollo, las localizaciones y la trama muy cercana al de las películas, aunque sí se han ampliado ciertas escenas, aumentado el número de enemigos para que el ritmo sea más propio de un videojuego. Otros detalles como la banda sonora, el lanzamiento simultáneo con la película o el uso de las voces de Daniel Craig o Judi Dench (en la versión original en inglés) sirven para reforzar todavía más la idea de la proximidad entre ambos productos.




Las muertes a cámara lenta pueden parecer un tanto fuera de lugar, pero es que *Hell's Highway* no intenta humanizar a tus enemigos. Las voces utilizadas para todos los alemanes tiene un paródico tono nasal.





PLATAFORMA: **360, PC, PS3**
DISTRIBUCIÓN: **UBISOFT**
ESTUDIO: **GEARBOX**
ORIGEN: **ESTADOS UNIDOS**
LANZAMIENTO: **AGOSTO**

# Brothers In Arms: Hell's Highway

## Agitamos un poco el *shooter* táctico de Gearbox para ver si sus partes básicas andan sueltas

Resulta evidente que ha costado encontrar el tono adecuado para *Brothers in Arms,* si partimos del excéntrico dúo cómico que lo presentó ante la prensa. Por un lado estaba el coronel John Antal, consejero militar de Gearbox, que elogiaba el realismo del juego y detallaba las amplias investigaciones realizadas sobre las condiciones atmosféricas exactas producidas el 22 de septiembre de 1944, en el pueblo holandés de Veghel. "Ese día llovió, así que en nuestro juego llueve", decía Antal. Mientras, al otro lado podías oír al presidente de Gearbox, Randy Pitchford, exclamando con regocijo: "¡Vaya! ¿Has visto cómo ha salido volando ese trozo de cabeza? ¡Ha sido brutal!".

Pero incluso sin Pitchford y Antal, nuestra reciente degustación del primer acto del juego indica que sigue habiendo cierta confusión sobre cómo presentarlo. Esta sección muestra cómo la División Aerotransportada número 101 llega a Holanda. Eso sí, no se trata de un *shooter* de distancia corta y ritmo rápido: si te mueves a demasiada velocidad, sin que tus compañeros se hayan posicionado correctamente para cubrirte, acabarás muerto en segundos. Y la IA tiene tan poca prisa en morir como tú: los enemigos atrincherados son casi inalcanzables para tu inexacto armamento, así que las batallas consisten en carreras para maniobrar a tus escuadrones a posiciones donde puedan realizar fuego cruzado. Se trata, pues, de un juego que beneficia el pensamiento táctico y la minimización del riesgo, de ahí que resulte irritante que la cámara haga un *zoom* a través del campo de batalla para mostrar a cámara lenta cómo explota un cerebro o cómo una carreta de cadáveres sale volando por una explosión. Todo ello resulta muy gratuito dentro de un título que se jacta de honrar la memoria de tan bravos soldados.



Incluso las coberturas más sólidas, como los muros o los sacos, pueden destruirse con una granada u otros explosivos y el enemigo nos asaltará. Hay que mantenerse siempre en movimiento.

Aunque no le faltan momentos adrenalínicos. Cuando las tropas alemanas comienzan a deslizarse cuesta abajo, sólo tienes unos segundos para colocar a sus hombres en posiciones defensivas antes de que te desborden. La IA enemiga queda pocas veces en evidencia, pues retroceden cuando se les asalta y toman ventaja de los flancos más desprotegidos con una velocidad alarmante.

Por desgracia, el sistema de control para consola roza el disparate. Seguro que había alguna alternativa mejor que colocar en el mismo botón la selección de escuadrón y la orden de reunión, porque confundir ambas en pleno tiroteo resulta desastroso. Aun así, cuando dominas los controles, *Hell's Higway* resulta delicioso.

Pese a la confusión que parece despertar en el juego su temática bélica, la mecánica por escuadrones de *Hell's Highway* suaviza sus fallos: el reto de superar un tiroteo sin disparar ni una sola vez ni perder a un hombre es de lo más atractivo. Habrá que ver qué ofrece el resto del título.



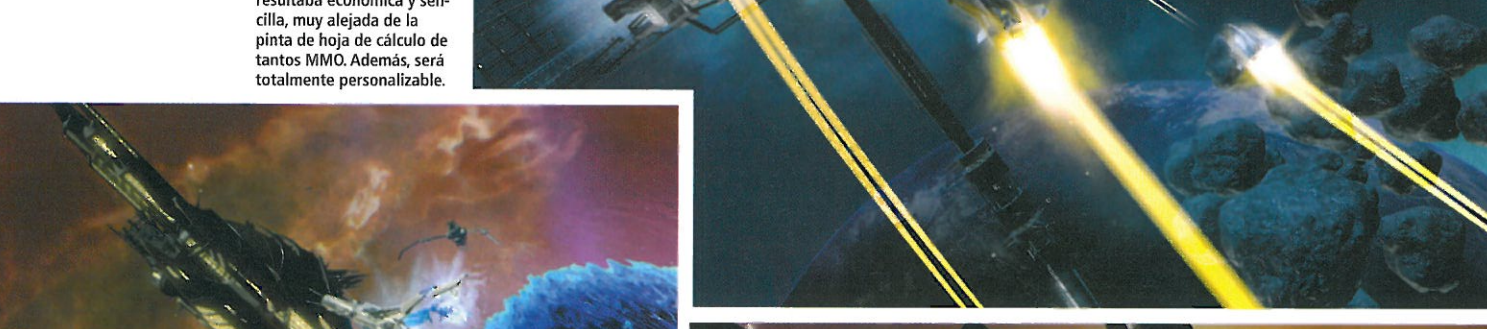
Los molinos de viento ofrecen posiciones ventajosas para que el jugador explore el área que le rodea y organizar la exterminación de enemigos solitarios.

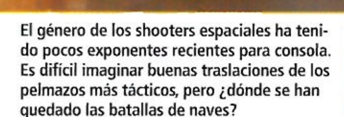


### Conjunto nada vacío

*Hell's Highway* es una mezcla de lo hiperrealista, lo fotorrealista y lo inverosímil. Los campos holandeses de los capítulos iniciales están pintados en verdes y azules de tonos a lo Sega, muy irreales frente a los desaliñados militares. Al saltar sobre una valla, una mano gigante aparece en pantalla, como si sólo estuviera a unos centímetros de tu cara. La lluvia está renderizada con unos detalles de iluminación exagerados. Lo más extraño es que, por cada rareza hay un detalle preciso y creíble, como la forma en que el agua cae de los cascos o empapa los tejidos.

Aunque todavía no han aparecido imágenes que muestren la interfaz, en la demostración que vimos resultaba económica y sencilla, muy alejada de la pinta de hoja de cálculo de tantos MMO. Además, será totalmente personalizable.





El género de los shooters espaciales ha tenido pocos exponentes recientes para consola. Es difícil imaginar buenas traslaciones de los pelmazos más tácticos, pero ¿dónde se han quedado las batallas de naves?









Aunque *Jumpgate* se quita el sombrero ante Newton, evita mostrar el espacio como un vacío muerto, con nebulosas y lluvias de meteoritos para añadir algo de color.

PLATAFORMA: **PC**
DISTRIBUCIÓN: **CODEMASTERS ONLINE**
ESTUDIO: **NETDEVIL**
ORIGEN: **EE.UU.**
LANZAMIENTO: **PRIMAVERA**

# Jumpgate Evolution

## Codemasters mira al cielo para competir con *Eve Online.* ¿Conseguirá ser la referencia para los MMOs?

Las tremendas ventas de *World of Warcraft* siguen estimulando a otros desarrolladores para que imiten su mismo esquema de multijugador online con aroma a Tolkien, así que no debería sorprendernos que un estudio le haya echado valor y haya preferido ponerse frente a frente con *Eve Online*: un juego que supone una de las mayores exportaciones de Islandia y que cuenta con una base de jugadores mayor que su propia población.

Astutamente, NetDevil se ha dado cuenta de que el punto en el que pueden distanciarse con facilidad de su mayor competidor es en accesibilidad. *Eve* también es conocido por lo tremendamente difícil que es dominarlo, y por estar repleto de gente que se regodea en un comportamiento cruel y maquiavélico. Es, en gran parte, lo que lo hace atractivo: ofrecer un mundo jugable que carece totalmente de todo freno artificial a la imaginación. *Jumpgate* prefiere la opción más tradicional de marcar una fina línea entre jugador contra otros usuarios o contra la CPU. Cómo se implementará exactamente es cuestión de pruebas y equilibrio, incluyendo especificar qué ocurre si intentas y consigues combatir con otros jugadores en zonas no pensadas para ello. Lo que ya se ha establecido, eso sí, es que las áreas de combate contra otros jugadores ofrecerán varios tipos de juego, incluido el clásico "captura la bandera", y que no constituyen un modo individual del juego. En lugar de ello, estas zonas están dispersas por toda la galaxia, de forma que los usuarios tengan que arriesgarse a atravesarlas o dar un gran rodeo.

Subrayando su tendencia a lo asequible, *Jumpgate* también intenta acercarse a los combates espaciales a lo *TIE Fighter*. Su acción es instantánea, intuitiva, y el hecho de poder subir de nivel, aunque la jugabilidad sea más espasmódica, no sólo añade los obvios beneficios de causar más daño con tus descargas de proyectiles, sino que también te ayuda a dirigirlos hacia los enemigos a los que estés apuntando. Este sistema de puntería es una forma inteligente de mezclar elementos de shooter y RPG, y está usado con tino al enfrentar a jugadores de distintos niveles (los jugones de mayor nivel tendrán desactivada la habilidad de apuntar de forma automática a sus puntos débiles).

Como era de esperar, el juego ha sido empaquetado con algunos sinsentidos sobre misteriosos enemigos alienígenas, portales incandescentes y demás. De la misma forma, la personalización de las naves es tan importante en *Jumpgate* como lo es el diseño de los personajes en otros MMO. Todo ello es habitual en los juegos de hoy día, pero, asumiendo que no falle en estas áreas básicas, la perspectiva de llevar combates de naves a la velocidad de la luz a miles de jugadores de forma simultánea puede convertirle en una estrella naciente.

### En el espacio nadie oirá tus planes

Aunque *Jumpgate* ofrece cierta historia de fondo, una de las grandes claves del atractivo de *Eve* es el grado en el que los jugadores forman y construyen su mundo virtual, creando y organizando sus propios grupos sociales, con todas las intrigas y las puñaladas que ello supone. Los representantes de Codemasters no entraron en ese aspecto, pero indicaron que los jugadores de *Jumpgate* podrán crear sus propias zonas de influencia.

PLATAFORMA: **WII**
DISTRIBUIDOR: **SEGA**
ESTUDIO: **GEARBOX**
ORIGEN: **ESTADOS UNIDOS**
LANZAMIENTO: **SEPTIEMBRE**

# Samba De Amigo

## El mambo puede ser muy rico, pero ¿nos gustará a nosotros?

No hay duda de que este mono con sonrisa eterna es un extraño añadido al catálogo de guerras mundiales y brutalidad futurista de Gearbox, y nuestro último encuentro con el equipo nos hizo plantearnos si estaban preparados para llevar adelante un juego musical de acción rítmica. Por fortuna, los meses transcurridos le han sentado bien a *Samba de Amigo*, e indican que a Gearbox se le da tan bien la exhuberancia de colores como el desmembramiento de unos cuantos nazis a cámara lenta.

Aunque la última vez que nos pusimos el sombrero mexicano e hicimos el ridículo a ritmo de *Macarena* sólo había disponibles cuatro modos similares, parece que los problemas más importantes de control han sido pulidos por lo menos en su mayor parte. Claro, que aún hacen falta algunos retoques: ahora mismo, para que el juego reconozca tus gestos, no basta con agitar el Wiimando como si fuera una maraca, sino que hay que hacerlo en una determinada dirección.

En cambio, ahora el juego distingue bastante bien los movimientos con el brazo hacia arriba o hacia abajo. Aunque puedes jugar con el nunchako y el Wiimando, lo mejor es utilizar dos Wiimandos, ya que así el peso es idéntico en ambas manos y no tienes las restricciones de ningún tipo de cable.

Esperamos que la variedad aumente cuando se revele la lista completa de modos. En Battle Mode los competidores se lanzan bombas entre sí a medida que encadenan ritmos, Hustle Mode añade nuevas gesticulaciones y Love Love es un modo cooperativo que compara las interpretaciones con la posible química entre dos usuarios.

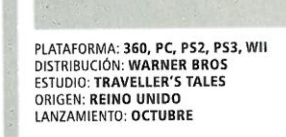


**La demo del modo Love Love nos reveló que nuestros dos tortolitos eran compatibles en un 105%, lo que les aseguraba una relación de un mínimo de 10 años. Pero, a la vez, definía su amor como "horror".**

**De vez en cuando, el juego te pide que hagas una pose, pero el cable entre Wiimando y nunchako impide que ésta sea muy espectacular.**

# Lego Batman

## ¡Bum! ¡Crash! ¡Flap! ¿La versión Lego de Batman nos dejará KO.?



PLATAFORMA: **360, PC, PS2, PS3, WII**
DISTRIBUCIÓN: **WARNER BROS**
ESTUDIO: **TRAVELLER'S TALES**
ORIGEN: **REINO UNIDO**
LANZAMIENTO: **OCTUBRE**

En los últimos años, Traveller's Tales se ha dedicado a subvertir grandes licencias cinematográficas con un encantador humor simplón. Su nuevo juego de Batman no tiene esa excusa fílmica, ya que se ha encargado de unir la miríada de encarnaciones horteras del Cruzado Enmascarado y el Chico Maravilla que precedieron al actual y serio renacimiento de la franquicia. Al hacerlo, han adoptado a los villanos de colores fluorescentes y los ángulos de cámara de la serie, lo que seguramente encaja mejor con la diversión de la marca Lego que con la torturada psicopatía del Señor de la Noche.

Liberado de seguir cualquier narrativa particular, sus escenas dependen más del diseño del juego que de la propia trama. Claro, que nuestra prueba más reciente indica que el juego todavía sigue perjudicado por una cámara mal implementada y unos toques de plataformeo imprecisos... Y con la misma dependencia injustificable hacia las vidas infinitas.

El encanto de Lego también esconde el obtuso diseño de los puzzles. Durante una persecución por los tejados, Robin debe llevar un traje especial que le permite llevar una caravana en miniatura a un invernadero. Entre las flores hay dos interruptores que, al ser activados por los neumáticos del vehículo, elevan unas cisternas explosivas que deben reventar para, con sus piezas, construir el Batcóptero. El absurdo llevado al videojuego.

No parece que se busque solución a los problemas esenciales de la saga Lego, ya que lo importante son los personajes que controlas y el carisma de la franquicia de juguetes constructibles.



**Las diferentes habilidades de los personajes obligan a la cooperación: si el Joker tiene un arma Taser que acelera las maquinarias, Harley Quinn puede dar dobles saltos.**


**Algunos "trajes tecnológicos" ofrecen habilidades temporales útiles, como el traje magnético que le permite a Robin trepar por las paredes.**





Al centrarlo todo en el navegador, *InstantAction* evita las intimidantes instalaciones que a menudo alejan a ciertos usuarios de los juegos de PC.

PLATAFORMA: **PC**
DISTRIBUCIÓN: **GARAGEGAMES**
ESTUDIO: **INTERNO**
ORIGEN: **ESTADOS UNIDOS**
LANZAMIENTO: **POR DETERMINAR**

# Fallen Empire: Legions

## Vuelven las mochilas voladoras: GarageGames quiere llevar las batallas tribales a los navegadores

GarageGames quiere convencerte de que los juegos de navegador pueden aspirar a algo más que a aburridos multijugador *on-line* en Java o fruslerías en Flash. Sus argumentos se basan en el éxito de *InstantAction*, un portal web que pone a tu disposición juegos de un nivel notable a través de navegador, de forma gratuita. La joya de su corona es *Fallen Empire: Legions*. Ahora mismo está disponible en versión *beta* abierta, y es un multijugador de ritmo rápido y equilibrado que tiene más que un ligero parecido con la franquicia de ciencia-ficción basada en equipos *Tribes*, en la que los fundadores de GarageGames trabajaron.

Dejando a un lado los méritos del juego, su método de distribución es realmente inteligente, incluso si no es tan instantáneo como el nombre de su portal implica. Al registrarte en la web, te descargas un minúsculo *plug-in* que permite que DirectX funcione dentro de la ventana de tu navegador. La primera vez que usas el juego, se produce otra instalación, pero no de ésas que te obliga a bregar con licencias de uso, directorios y atajos de menú; un pequeño gráfico de carga se llena en el navegador, y ya está. Como con *Steam*, lo que se instala y dónde son detalles por los que el jugador no necesita preocuparse, pero *InstantAction* va un paso más allá al integrarlo todo en una experiencia web transparente.

*Legions* debería trabajar en la mayoría de PC comprados desde 2002 y, una vez te acostumbras al fenómeno de que funcione en la pantalla de tu navegador, tienes que admitir que parece un juego de aquella época. Pero incluso si *Legions* sacrifica nivel gráfico a cambio de accesibilidad, y si el contenido de esta *beta* es más bien escaso, el juego en global resulta más que interesante. Los dos enormes niveles abiertos que se han lanzado se basan en la jugabilidad tipo "captura la bandera" y ofrecen un ritmo sorprendentemente rápido. Las mochilas voladoras reducen el tiempo de viaje a través de estos espacios, y la elección de hacer este movimiento tan rápido, y potencialmente vertical, añade una dinámica inusual a los combates; hay un cierto retraso en el disparo de las armas, lo que provoca que acertar los disparos resulte un tanto complicado y, con las pocas posibilidades de lograr uno en medio del aire, las batallas acaban convirtiéndose en duelos basados en el esquive, con cada combatiente intentando lanzar un cohete o una granada a los pies de su oponente cuando éste toca tierra.

Puede ser que el mercado potencial de *shooters* por equipos lo absorban los juegos convencionales, pero pocos de ellos pueden jugarse a escondidas en la oficina con tanta facilidad como *Legions*. Y si algo nos ha enseñado *Scrabulous*, es que no hay que subestimar la capacidad de la gente para ello.

Por encima de las dos configuraciones básicas hay clases de especialista en armas, que dan munición y potencia al arma principal, pero reducen la utilidad de la secundaria.



Al escoger una configuración de armas especializada en cohetes o granadas, tienes la opción de detonar los proyectiles a medio camino. Lo que resulta útil, visto lo difícil que es acertarle a tus contrincantes.



**Blanco humano**

**Dos configuraciones de armas básicas, artillero y francotirador, te introduce en las herramientas de la versión *beta*. La primera te permite elegir entre tres armas –ametralladora, lanzacohetes y lanzagranadas–, y la segunda te ofrece un rifle de francotirador y un lanzagranadas. Claro, que con la mochila voladora resulta complicado acertarle a alguien de forma directa con los proyectiles más lentos, y el hecho de que la ametralladora, cuando escribimos este texto, no resultaba nada efectiva, significa que la única arma de asalto realmente efectiva es el rifle de francotirador.**



PLATAFORMA: **DS**
DISTRIBUCIÓN: **EIDOS**
ESTUDIO: **BACKBONE ENTERTAINMENT**
ORIGEN: **CANADÁ**
LANZAMIENTO: **2008**

# Gauntlet

## El guerrero rojo necesita comer. El guerrero rojo corre hacia la comida. El guerrero rojo está a punto de morir

Después de que *Seven Sorrows* dejara a la franquicia *Gauntlet* de nuevo con un pie en el otro barrio, parecía que nadie se atrevería a intentar actualizar otra vez este *arcade* clásico. Pero Backbone Entertainment parece haberse especializado en desempolvar viejos títulos y, con sus actualizaciones de *1942* y *Commando* todavía reposando en las tiendas, el estudio canadiense ha afrontado el desafío de versionar *Gauntlet*.

Como el reciente *Commando 3*, y a diferencia de *1942*, Backbone parece haber entendido qué le daba su encanto al original, de ahí que haya preservado la vista cenital y las frenéticas batallas contra hordas de enemigos. El esqueleto del juego sigue siendo el mismo –descubrir cómo acercarse y destruir cada punto de regeneración sin que los enemigos te superen–, y el diseño de niveles de Backbone lo refuerza aún más, añadiendo de paso cierto elemento de exploración y algún ocasional puzzle con bloques tipo *Zelda*.

Si bien el reto siempre se basa en determinar cuáles son las amenazas más peligrosas, nunca da la sensación de estancamiento. El juego va introduciendo entornos y enemigos nuevos que refrescan la dinámica: trasgos que te dejan mareado mientras intentas evitar una trampa mortal, o zombis que siguen volviendo a la vida hasta que destruyes un obelisco, sumiéndolos en un terapéutico olvido.

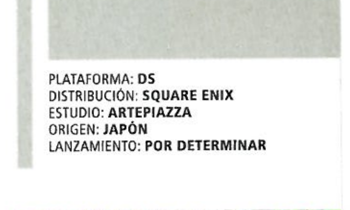


La geométrica estructura de los decorados del original se ha transformado en unos mapeados más orgánicos.

Pero el juego tiene problemas: las colisiones son imprecisas, y el mapeado de los niveles es a veces difícil de desentrañar desde las alturas. Pero incluso con esos defectos, Backbone parece que está en el camino de crear una reinvención que respeta el espíritu del original y es capaz de hacerle avanzar unos pasos más.



Aunque este nuevo *Gauntlet* ha sido pensado para que un sólo jugador pueda completarlo, su espíritu es inevitablemente multijugador, aunque no sobre espacio en los entornos.



# Dragon Quest IV: Chapters Of The Chosen

## Como intenta tu padre en las bodas, ¿puede este viejuno saber lo que le gusta a los chavales de hoy en día?

PLATAFORMA: **DS**
DISTRIBUCIÓN: **SQUARE ENIX**
ESTUDIO: **ARTEPIAZZA**
ORIGEN: **JAPÓN**
LANZAMIENTO: **POR DETERMINAR**

Considerado por muchos como el mejor RPG japonés de la época de los 8 bits, *Dragon Quest IV* siempre ha luchado contra las circunstancias para encontrar un público occidental. Lanzado en Estados Unidos en 1992, dos años tras su debut nipón, resultó injustamente eclipsado por los primeros RPG de Super Nintendo, mientras la compañía que estaba haciendo una conversión del *remake* realizado para PlayStation se disolvió antes de terminar su trabajo de traducción. Esta actualización para DS pretende acercar este clásico de Yuji Nori a una audiencia occidental mucho más amplia, abriendo además camino a *Dragon Quest IX*.

La historia de *Dragon Quest IV* cuenta con una estructura sorprendentemente sofisticada. Dividida en seis capítulos distintos (ya que se ha añadido uno nuevo en este *remake*), cada uno se juega con un personaje distinto, si bien los dos últimos episodios fusionan todas las líneas narrativas con perfecta coherencia. Los primeros capítulos presentan y desarrollan la historia de cada compañero del grupo que acompañará al protagonista, un guerrero que no aparece hasta haberse adentrado bastante en el juego. Es una premisa interesante, repleta de personajes totalmente distintos que ofrecen una amplia gama de dialectos y acentos (escritos).

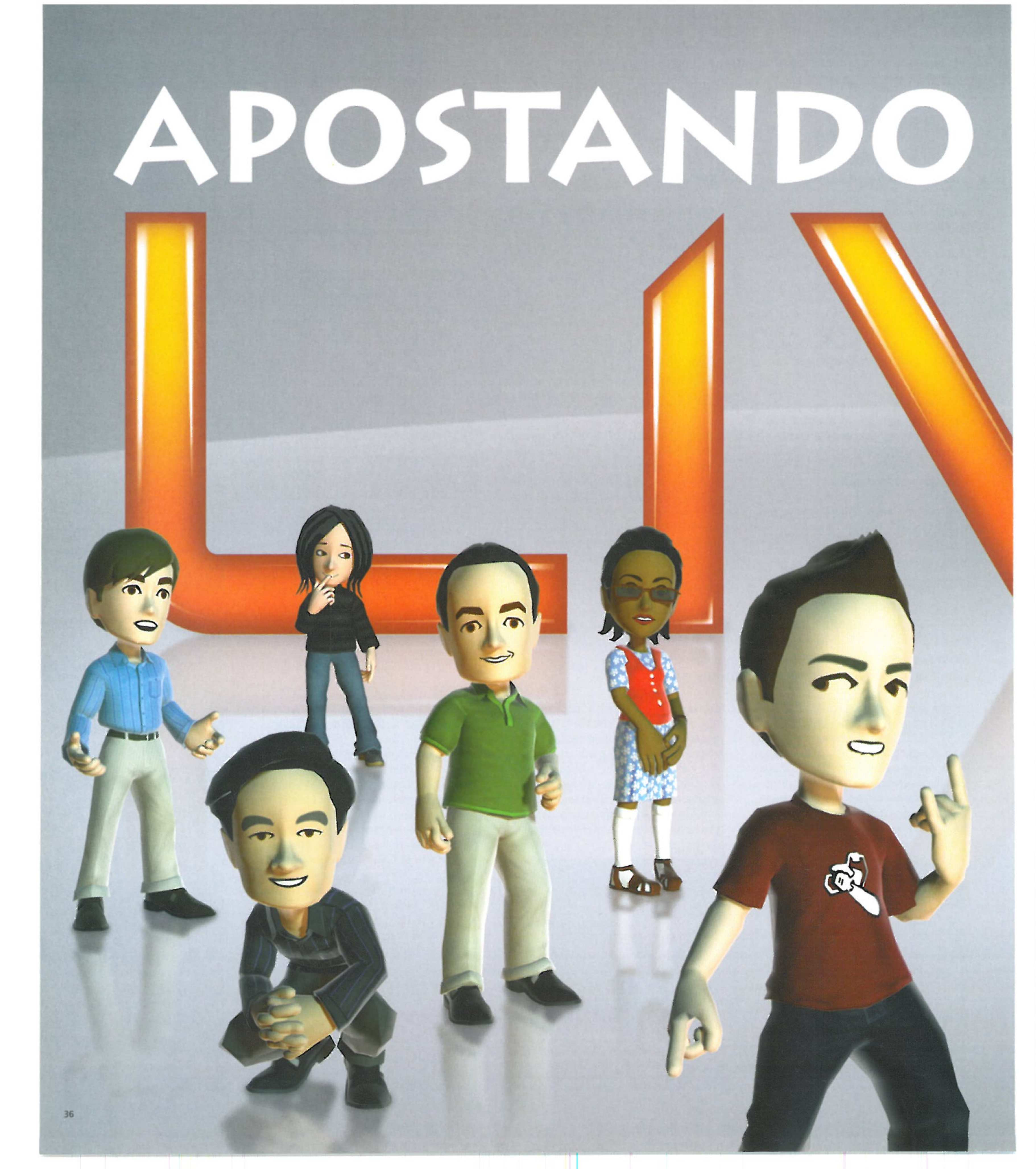
Además de las características tradicionales de los *Dragon Quest*, esta actualización ofrece nuevas incorporaciones, como una serie de minijuegos accesibles a través de un casino y algunos cambios sutiles para mejorar el fondo y la forma del envejecido original. Dicho esto, hay que decir que siguen presentes trazos de la época, como la gran cantidad de batallas aleatorias y una dificultad tan alta que requiere una concentración máxima. Puro *Dragon Quest*.



El juego original había vendido más de un millón de copias tres semanas tras su lanzamiento. Además, contenía traducciones ocultas a otros idiomas, incluido el español.

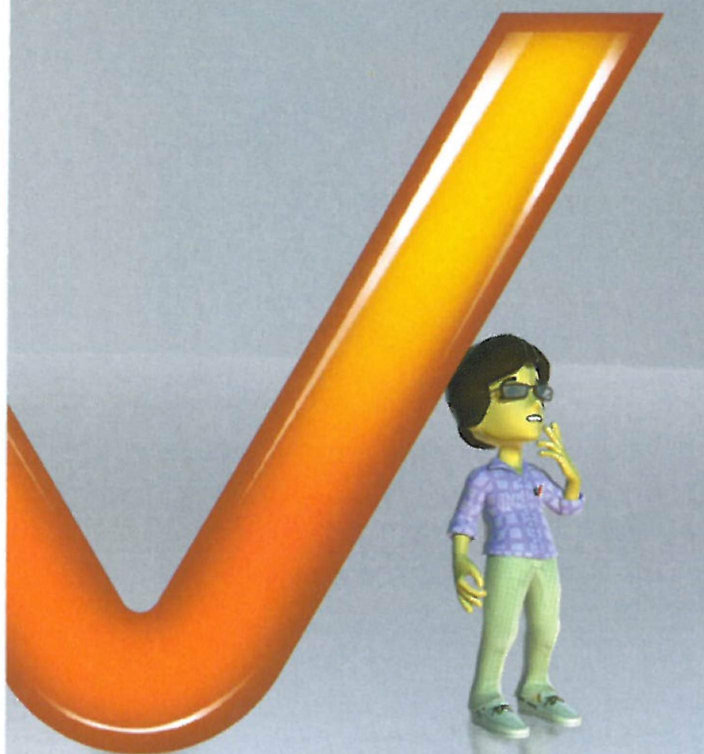


Los fans de *Dragon Quest VIII* reconocerán a Ragnar, Healie y Taloon, que tenían cameos en el juego de PS2.


APOSTANDO



# POR





## VISITAMOS MICROSOFT PARA PREGUNTAR POR QUÉ EL FUTURO DE LA XBOX 360 PASA POR EL LIVE

"Hemos creado un nuevo medio. Por aquel entonces, ninguna otra consola se preocupaba por el online. Pero nosotros lo convertimos en nuestro eje central". Son poco más de las nueve de una calurosa mañana de lunes, una semana antes del E3, y estamos sentados en el sofá de cuero de uno de los hombres responsables de la creación de Xbox Live. **Scott Henson,** director del Grupo de Tecnología Avanzada de Microsoft, se había pasado la noche anterior revisando artefactos del pasado de Xbox: un disco de *Re-Volt,* el primer juego en utilizar el Live.

Parece haber sido hace mucho tiempo. Era una época previa a MySpace; los blogs ya existían, pero tenían poca repercusión, y se estaba formando el concepto de juegos sociales, aunque todavía estaba lejos de su fama actual. Lo que es más importante, la banda ancha todavía estaba por convertirse en algo común. En otras palabras, en el año 2001 el Live era una apuesta arriesgada, con su Chat de voz, las listas de amigos y demás; pero un riesgo que Microsoft había aceptado el día que decidió que su Xbox incluyese de serie un puerto Ethernet. Henson asegura: "la banda ancha fue un gran salto de fe, una apuesta difícil". No en vano, el Live ha definido desde noviembre de 2002 cómo funcionarían las consolas online, y sigue superando con creces a sus competidoras. Desde entonces, la banda ancha se ha expandido por Norteamérica y Europa occidental, más rápido de lo que muchos se esperaban; poco a poco, crecería el número de miembros del Live. En el último recuento, que incluye tanto a los de Gold como a los de Silver, supera con creces los 12 millones de miembros. Al final, la apuesta ha salido bien.

## XBOX LIVE LLEVA DEFINIENDO DESDE NOVIEMBRE DE 2002 CÓMO DEBERÍAN FUNCIONAR ONLINE LAS CONSOLAS

Con eso en mente, Microsoft se prepara para volver a apostar. Hemos llegado al cuartel general de Xbox en Seattle porque Microsoft está preparada para mostrarnos cómo el Live nos va a llevar al siguiente nivel. Quiere que conozcamos a prácticamente todo el mundo responsable del negocio de Xbox para entender los cambios que










La agencia de diseño Ideo descubrió en una investigación que los menús anidados causan ansiedad. Como resultado, el nuevo interface tendrá pocos menús de este estilo.

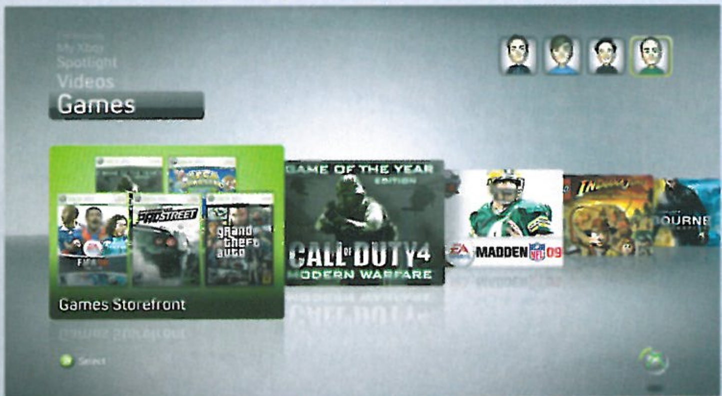




Arriba: Jerry Johnsons, director de los equipos de programación de software. Encima: Marc Whitten, manager general de Xbox Live.

anunciará en el E3, cambios que espera que transformen la Xbox 360 para que se convierta en una máquina de entretenimiento para todos.

La oficina de Henson se encuentra en el Millennium Campus, uno de los múltiples complejos que tiene Microsoft desperdigados por todo Redmond, un suburbio de Seattle. No tiene mesa, está iluminada por lámparas muy kitsch, y todo está colocado alrededor de un pequeño mueble de televisión; sin duda, no se parece a las oficinas que todos conocemos. De hecho, se parece más a una sala de estar. Saca una copia de *ToeJam and Earl III,* juego que, junto a *MX Superfly,* tiene el honor de ser uno de los primeros títulos en contar con descargas de contenido adicional. Nos habla de su portada de revista favorita (la de Edge 105, versión inglesa) y recuerda el tamaño del equipo que estableció el servicio: sólo diez miembros en sus inicios. Ahora, Xbox Live requiere un total de 400 personas.




El nuevo interface permitirá copiar juegos del DVD al disco duro. Según Johnson, llevará entre seis y ocho minutos. Reducirá los tiempos de carga y el ruido de los discos, pero es necesario introducir el DVD.




Dado que, prácticamente, ya han cubierto su mercado principal en EEUU y que PS3 le pisa los talones a 360 en todos los territorios, Microsoft necesita expandir el alcance de su consola. Para ello, tiene la vista puesta en Europa. Más tarde, cuando nos reunimos con **John Schappert,** vicepresidente de Live, software y servicios, éste llama a Europa el nuevo 'campo de batalla' de la Xbox, y con razón: las ventas de 360 en nuestro continente han estado siempre por detrás de las de EEUU, pese a que Europa tiene una mayor población. La marca PlayStation mantiene intacto su caché, 360 es la consola que menos vende cada semana en Francia, Alemania, España e Italia, aun cuando tiene mucha más presencia en el Reino Unido. El Live, la principal diferencia entre 360 y PS3, será el modo de asaltar el continente. Según Henson, "el estilo de juego en Europa es más casual, más social, más de colaborar. Es la clave para llegar a los 20 millones de usuarios. Nos preguntamos cómo podíamos›

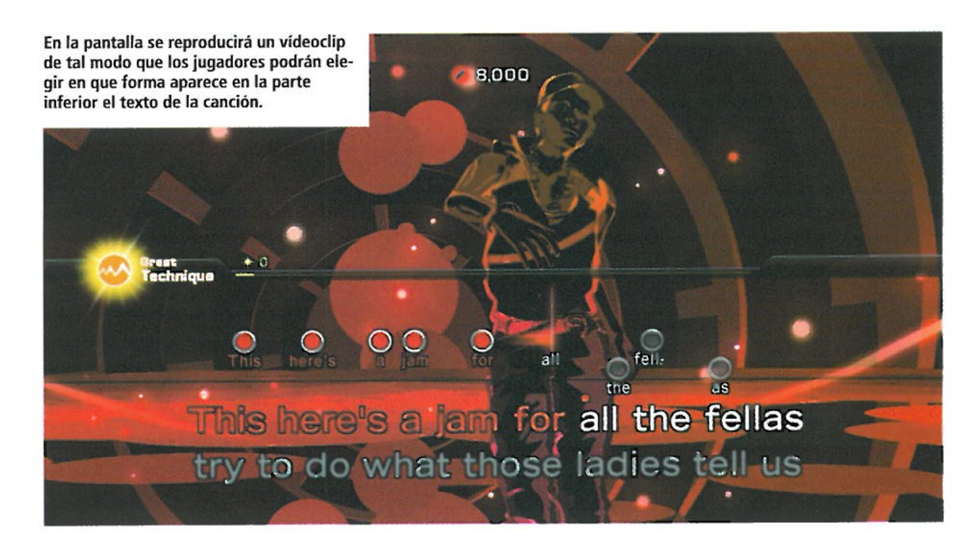
# LIPS

## MICROSOFT RECURRE AL HOGAR DEL KARAOKE COMO RESPUESTA A SINGSTAR

LANZAMIENTO: **FINALES 2008**
ESTUDIO: **INIS**
DISTRIBUCIÓN: **MICROSOFT GAME STUDIOS**

No ha sido ninguna sorpresa que Microsoft estuviese trabajando en un juego de karaoke para la 360, pero seguro que a casi nadie se le ocurriría que Inis sería la desarrolladora. Sí, la empresa japonesa ya ha mostrado en muchas ocasiones su pasión para aunar el ritmo y la jugabilidad. Pese al éxito comercial de *Elite Beat Agents,* no asociaríamos de primeras a Inis con la necesidad de Microsoft de aumentar el atractivo de la 360, y que su juego se enfrente a otros como SingStar y Rock Band.

De hecho, **Jason Ing,** manager de producto de Microsoft, explica que "sigue las mismas líneas de *SingStar,* pero va mucho más allá"; por ahora, parece que el resultado es lo que necesitaba ser Lips. Inis le está dando una inyección de carácter para evitar que acabe siendo considerado un triste imitador de franquicias mucho más establecidas.



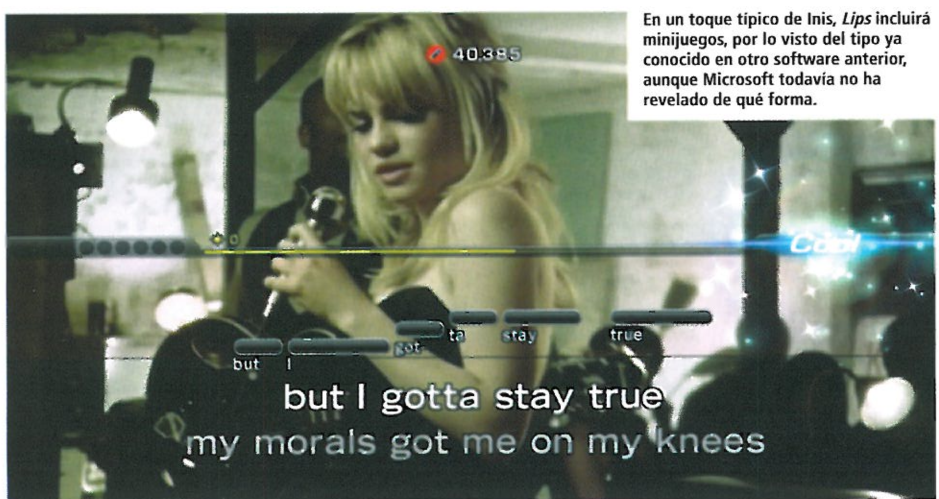

En la pantalla se reproducirá un videoclip de tal modo que los jugadores podrán elegir en que forma aparece en la parte inferior el texto de la canción.

## *LIPS* ESTÁ MÁS ARRAIGADO EN LA CULTURA ORIENTAL DEL KARAOKE QUE LA INTERPRETACIÓN DE SONY

*Lips* tiene un concepto básico cuyas raíces se encuentran más arraigadas en la cultura oriental del karaoke que la interpretación de Sony, la cual parece estar más centrada en cantar con un peine en la cultura de dormitorio. El eje central de esto es la importancia que se le da a la actuación, potenciada en parte gracias a los acelerómetros incluidos en los dos micrófonos inalámbricos, que provocan que las puntuaciones no se limiten sólo al ritmo y al tono, sino también al movimiento. También ofrece flexibilidad a los jugadores que carecen de habilidad para cantar (basta con mover el micrófono a tiempo), así como permitir el equivalente en *Lips* al poder estrella de *Guitar Hero*.

El juego está diseñado para actuar como un reproductor de audio pasivo, ya que los jugadores podrán hacer una lista de canciones y que éstas se reproduzcan de fondo, y es posible jugar en cualquier momento con una de las canciones con sólo agitar uno de los micrófonos. Y aunque el disco del juego contendrá unas 40 canciones (además de la opción de descargar más canciones desde la tienda del juego), se podrá ampliar la colección con nuestra propia música, con sólo conectar un reproductor de MP3 o utilizar las canciones que tengamos en nuestro ordenador a través de la red local, una característica que amplía mucho su uso. Los temas introducidos no podrán ser empleados en los modos competitivos del juego debido a la ausencia de datos en el disco, pero Inis asegura que *Lips* ofrecerá algún tipo de interacción con la música casera de los jugadores, aunque todavía no la van a revelar.

Es otra característica, entre las muchas que tiene, que consigue que *Lips* destaque entre otros juegos de canto ya existentes. Podría haber sido un fracaso, pero parece que ha valido la pena contar con una desarrolladora poco conocida en el gran mercado occidental.




En un toque típico de Inis, *Lips* incluirá minijuegos, por lo visto del tipo ya conocido en otro software anterior, aunque Microsoft todavía no ha revelado de qué forma.






## P&R: DON MATTRICK

### VICEPRESIDENTE DE LA DIVISIÓN DE NEGOCIO PARA EL OCIO INTERACTIVO, Y DE ENTERTAINMENT&DEVICES

En un tiempo, **Don Mattrick** fue programador y diseñador de juegos tales como *Test Drive*. Ahora, es vicepresidente del negocio para el ocio interactivo de Microsoft, división que cubre la 360, Games for Windows y el Zune. Lleva en este cargo desde julio de 2007, pero el E3 de este año supuso su estreno como portavoz de la 360. Antes de eso, trabajó en los estudios internacionales de Electronic Arts, como director general de gente como John Schappert, quien hasta hace poco dirigía EA Canadá. Durante nuestra visita a la sede de Xbox, Mattrick estaba en su hogar, en Canadá, pero mantuvimos una videoconferencia con él para hablar sobre el negocio que había heredado.

**Muchos de los cambios en la 360 están relacionados con el Live. ¿Es un riesgo confiar en el online para ampliar su atractivo?**
No creo que sea un riesgo. Creo que el mundo se mueve en esa dirección, los consumidores han dado el visto bueno a nuestro servicio, y esa posibilidad de participar, colaborar, competir y tener acceso a un gran abanico de elementos digitales... eso es el futuro. Nosotros tenemos esa responsabilidad, y tenemos la habilidad para cambiar el modo en el que la gente influenciar a los pequeños del hogar a la hora de decidir lo que mola y lo que está de moda en el mundo del consumo electrónico.

**La Xbox lidera muchos aspectos de los juegos para expertos, ¿no cree que debería definir también mercados más amplios?**
Sí, así lo hacemos, y así lo haremos. Crear grandes experiencias requiere tiempo, y el E3 es un punto en el tiempo. Habéis visto varias de las cosas que tenemos en desarrollo, pero no todas.

**¿Cuál diría que es el gran reto al que se enfrentan ahora mismo?**
No veo un gran reto, la verdad es que veo que el programa que hemos iniciado sigue adelante. Queremos seguir creando más experiencias únicas, y ese comentario se puede aplicar a cualquier segmento del negocio, y estoy muy satisfecho con el apoyo y el entusiasmo que recibimos de nuestros consumidores actuales y las third party; son los elementos clave y parecen estar satisfechos y gozar de buena salud.

**¿Cambiará su negocio en Japón?**
Como empresa norteamericana, siempre supimos que sería un reto difícil infiltrarse en Japón.



llegar. Ese es el programa que seguimos. Nos encantaría tener más éxitos exclusivos en nuestra máquina, claro está. ¿Invertimos en ello? Sí. ¿Requiere mucho tiempo? Sí. Ahora, estamos expandiendo nuestra experiencia para llegar a niños y ancianos, y llegar a ambos sexos. Requiere tiempo; estamos trabajando en esos frentes, pero sólo puedes hacer un tanto cada año.

## UN ESTUDIO DICE QUE LA GENTE ENTRE 18 Y 26 AÑOS PASAN CASI 75 HORAS A LA SEMANA CON NUESTRA MÁQUINA

se entretiene, más que ningún otro producto en el mercado. Es una gran oportunidad, y es lo que pretendemos hacer.

***Lips, You're in the Movies* y *Scene It?*, ¿Es una muestra de que, en cuanto a software, no se están tomando demasiados riesgos?**
Cuando hablas de no tomar demasiados riesgos, creo que hay una especie de evolución natural de bienes, productos y experiencias envasadas que llegan al mercado; calculamos que el próximo año habrá unos 150 juegos en Xbox 360, y la mayoría serán para todos los públicos. Si lo que te interesa es el contenido para adultos, también habrá juegos espectaculares. Creo que la amplitud de catálogo expande de forma natural el público, y también creo que todos estamos encontrando nuestra propia identidad dentro del mercado. Somos los líderes en cuanto a horas jugadas; un estudio reciente muestra que la gente de entre 18 y 26 años pasan casi 75 horas a la semana con nuestra máquina, lo cual es bastante sorprendente. Ese público suelen ser los líderes, tienden a Hemos forjado alianzas con empresas third party claves; creemos que ven nuestro negocio como algo estratégico para su crecimiento futuro y a largo plazo. Estoy satisfecho con el apoyo y los grandes juegos que llegan desde Japón y que no vendemos sólo en Japón, sino también en Norteamérica y en Europa, y eso es un avance importante de cara a lo que podemos llegar a alcanzar con esta versión de la 360. Puedo ver que cuanto más tiempo les dediquemos, más tiempo estaremos forjando esas relaciones, más nos daremos a conocer entre los consumidores, más crecerá nuestro parque de consolas; hay que seguir dedicándole tiempo, y lo estamos haciendo.

**¿Cuál diría usted que es la mayor debilidad de la Xbox a día de hoy?**
Al ver las debilidades que tenemos, hay que tener en cuenta que sólo llevamos nueve años en este mundillo, mientras que nuestra competencia 25-30 años. Creo que estamos a la cabeza, y creo que estamos tocando algunas zonas muy importantes del entretenimiento y la integración a las que nadie más se ha atrevido a

**¿Qué se ha aprendido de los problemas de hardware que ha afrontado Xbox 360?**
Bueno, creo que hemos creado una máquina bastante asombrosa. Fue mala suerte que tuviésemos algunos retos de hardware, pero aplaudo totalmente la forma en la que la empresa los ha afrontado al mantener la compostura e implementar la garantía. Es una desgracia cuando lo que creas se estropea, pero los consumidores han apreciado el hecho de que hayamos dicho: "esto es un error, y así es como vamos a arreglarlo".

**¿Cuánto tiempo cree que estará Xbox 360 en el mercado?**
Estamos viendo niveles récord de crecimiento en la industria, así que creo que es un buen presagio de cara a lo que vamos a ser capaces de conseguir en los próximos años. La posibilidad de tener un ciclo más largo pasa por seguir dando valor e innovando el producto; hay mucho potencial en la 360 todavía por explotar. Nuestra máquina cuenta con muchas opciones a las que los consumidores todavía están acostumbrándose. Estamos satisfechos con lo que hemos logrado, pero queda mucho camino por recorrer.




Una novedad para los EEUU es el acuerdo con el servicio de vídeo online Netflix, que permitirá a los suscriptores ver películas en streaming en sus 360 sin coste adicional. Honey espera hacer algo similar en Europa.




hacer para crear algo que atraiga a todo el mundo. Según él, el Live es la clave para el futuro de la Xbox 360.

**Al lunes siguiente,** en la conferencia de prensa de Microsoft en el E3, Schappert presentó el nuevo interface de Xbox 360, que llegará en otoño. Todos los presentes lo veían venir (era evidente la ausencia de la tradicional actualización de primavera), pero el estilo varía mucho del sistema actual. Todo cobra sentido al verlo en la oficina de **Marc Whitten,** director de Xbox Live. Las pestañas actuales traicionan sus raíces jugables, oscurecen las funciones de la Xbox 360; en manos expertas son eficientes, pero Microsoft ha descubierto que resultan poco atractivas para los jugadores no habituales. En concreto, la tienda empieza a saturarse por culpa de la cantidad de productos disponibles. Whitten admite: "debido a la cantidad de material que está llegando al Live, a la gente le resulta un poco difícil encontrarlo, sobre todo a aquellos que no son los usuarios habituales. Se basa en




la idea de que sabes exactamente lo que quieres hacer: abrir la bandeja, meter el disco, ir al multijugador y empezar una partida a Halo. Siempre ha funcionado así. Era ideal para los conocedores del mundo de las consolas, pero lo cierto es que hay una gran cantidad de contenido que, para muchos usuarios, es difícil de encontrar".

Por tanto, el nuevo interface ataca en una nueva dirección. Las opciones, situadas en un lateral, se expanden en una serie de canales dispuestos en vertical. Estos canales incluyen Mi Xbox, que, al igual que las pestañas actuales, presenta lo que se incluye en la consola. La Comunidad muestra los amigos y




Microsoft ha anunciado que NBC y Universal en EEUU, y Momentum en el Reino Unido, se unirán al abanico de estudios que ofrecen contenido a la Tienda de Vídeos, y se están negociando más acuerdos.

más amplio; ves más opciones. El objetivo es destacar los amigos y las cosas interesantes que están ocurriendo en la consola. En plan, 'quiero encender la consola para ver qué está pasando'".

Posteriormente, visitamos el estudio del equipo de diseño de Xbox, dirigido por **Chris Esaki,** el cual nos explica que "el reto era conseguir renovar el

## HAY UNA GRAN CANTIDAD DE CONTENIDO QUE MUCHA GENTE NO ES CAPAZ DE ENCONTRAR

la información sobre ellos; Juegos permite acceder a la Tienda así como a las demos y a los títulos del XBLA; Vídeo hace lo mismo, pero con vídeos; Destacado es un canal donde se anuncia material. Cada canal contiene ranuras, que en la versión final serán dinámicas, con animaciones, color e imágenes que a menudo se salen de los bordes. Aunque por el momento son planas, la idea es que cambien su tamaño, que se recorran de forma similar al Cover Flow de iTunes. El nuevo interface esta diseñado para facilitar el acceso. Según Whitten, "todo está vinculado a la superficie y es mucho

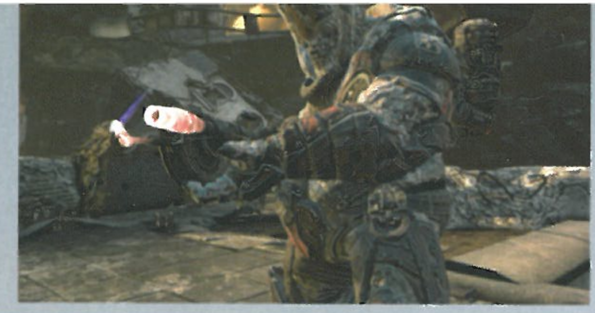
interface, mantener parte de la equidad y el sentimiento, y dotarlo de más profundidad". Luego nos presenta al diseñador jefe responsable del nuevo interfaz de usuario, **Jeff Faulkner.** Hombre de pocas palabras, Faulkner fue, hasta enero, director en una agencia de diseño. Destaca que al trabajar con la red social del Live y con el contenido digital, presentados en una pantalla de TV, se había adentrado en un campo en el que nadie antes había trabajado. "¿Cómo consigues que sea convincente, cómo consigues que no sea intrusivo a la hora de jugar, cómo compartes todo »





Arriba: Jeff Faulkner, diseñador del nuevo interface. Encima: Chris Esaki, quien dirige los equipos de diseño de la Xbox y trabajó en el interfaz original por pestañas.







Tanto si Cliff Bleszinski estaba jugando o no durante la conferencia de Microsoft en el E3, la demo de *Gears of War 2* fue espectacular, y asegura que el ritmo frenético se mantendrá en el modo campaña.



lo que hay en él, cómo utilizas todas las herramientas disponibles? –pregunta–. Pero también estamos creando un sistema de publicación que está vinculado a un entorno que varía cada día. Así que no se trata sólo de la dirección artística, sino de crear un marco de trabajo, una plataforma que va a cambiar con el tiempo, o incluso cada día".

Su solución (aunque destaca que todavía queda mucho trabajo por hacer) ya parece conseguir el equilibrio ideal entre conservar el ADN de su predecesor, cumplir las expectativas de los usuarios y añadir elementos intuitivos para los nuevos miembros. A su manera muy llamativo, inteligente y dinámico, limitado visualmente pero lo bastante atractivo como para que brillen los personajes de los juegos u otros contenidos. Resumiendo, es lo bastante radical como para conseguir que la Xbox 360 parezca una consola nueva.



**Otro aspecto novedoso** del interface es la red social que permite el Live. Según Whitten, "es la red social más grande que se puede encontrar frente al televisor. No es una frase genérica de PR, es la verdad". Es algo difícil de discutir, 360 está en una posición en la cual podría cambiar la idea que tenemos de una red social, trasladándola del ordenador de la oficina al televisor de nuestro salón. Para explotar más las funciones sociales del Live, Whitten y su gente están creando un sistema de equipos: "hoy, el interface es una experiencia para un solo jugador, pese a que la mayoría de los juegos de los que hablamos son experiencias multijugador. ¿Por qué no ofrece la máquina la misma idea de poder conectarme con mis amigos, y estar con ellos y movernos juntos a través de las experiencias?"

Los miembros del Live podrán reclutar un equipo de hasta ocho personas. Podrán hablar juntos, y el líder del equipo podrá meterlos a todos en un juego (siempre y cuando todos lo posean) o en algún elemento nuevo, tales como compartir fotos o ver películas de forma sincronizada a través del servicio de Netflix, sólo disponible

## ¿CÓMO LOGRAS QUE NO SEA INTRUSIVO A LA HORA DE JUGAR, CÓMO COMPARTES TODO LO QUE HAY?

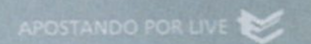


en EEUU. "A día de hoy, si juegas a Halo y yo te digo '¡eh, juguemos al Uno!', el tema se reduce a 'vale, creo la sesión y te invito'. Hay muchos pasos por dar y te preguntas qué va a pasar, a dónde se ha ido el otro. Para la gente nueva, eso es algo difícil. ¿Qué pasa si el líder del equipo elige la nueva experiencia y vamos todos juntos, sin pérdidas de comunicación, sin dejar de estar juntos y de relacionarnos?".

Visitamos a **Jerry Johnson,** manager de producto para el software de Xbox 360. Para mostrarnos la flexibilidad del sistema, inicia una sesión cooperativa en *Gears of War,* invitando a otra 360 en su mesa a que forme parte del equipo y se una a la partida. Sin ni siquiera entrar en el menú de *Gears,* ambos entran en la misma nada más cargar el juego. Johnson nos cuenta que "ésta es la experiencia básica; algunos juegos podrían funcionar incluso mejor", explicando así que ningún juego requerirá de parches para funcionar de este modo. »



En el E3 se desveló un modo cooperativo llamado Horde, en el que cinco jugadores deben repeler oleadas de enemigos. Los mapas contarán con sucesos, como avalanchas o la aparición de agujeros de emergencia.



# AVATARES
## ¿ESTÁS LISTO PARA RECREARTE A TI MISMO?

"Los sistemas de personajes o de avatares no son nada nuevo. Todo el mundo cuenta con ellos", dice **Jerry Johnson,** despreocupado. En otras palabras, los nuevos avatares de jugador de la Xbox 360 no son meras copias de los Miis de Nintendo (con los cuales comparten bastantes similitudes faciales) ni de los de PlayStation Home. Johnson, director de los equipos de software encargados del interface de la 360, asegura que han llegado ahora a la Xbox 360 porque es ahora cuando el Live está preparado para recibirlos en condiciones.

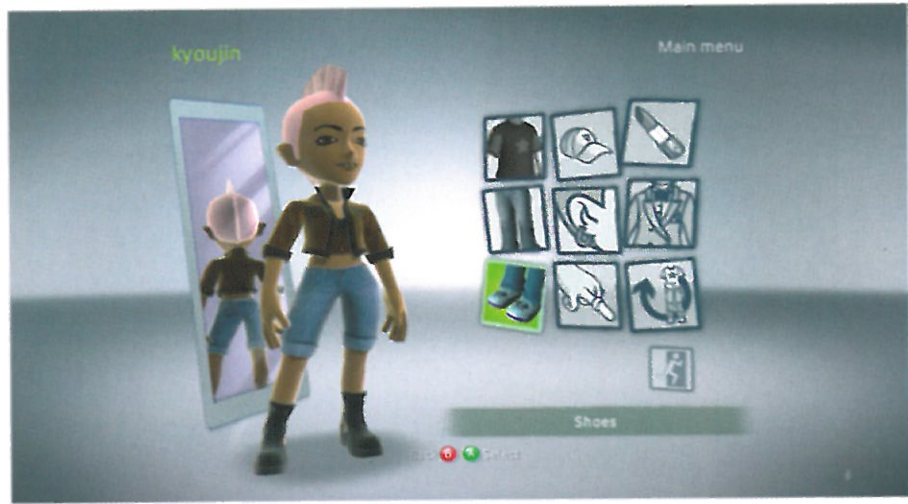
En realidad, tiene cierta razón. Aunque pueden asemejarse a los Miis, los avatares, que son una producción conjunta entre el equipo interno de Johnson y Rare en el Reino Unido, cuentan con una gran variedad de ropa y accesorios. Espera que, con el tiempo, estén disponibles miles de objetos diferentes, desde camisas a zapatos, pasando por guitarras y monopatines, además de las rutinas de animación. El Live tiene que cargar con rapidez toda esta información para todos aquellos que la estén viendo.

Sus elaboradas ropas y caras alegres suponen un término medio entre los Miis y los modelos realistas del Home, pero Johnson se siente cómodo al comparar los esfuerzos de su equipo con Nintendo: "para mí, Home está lleno de gente extraña; es demasiado realista, ha perdido bastante de vista lo que quieres hacer en una consola, es decir, jugar. Por su parte, los Miis son divertidos porque son muy sencillos".

Al coger elementos de esa sencillez, pretende que los avatares puedan integrarse fácilmente en los juegos. El nuevo *Scene It?* será el primer juego en el mercado, y *Primetime* hará uso intensivo de ellos. Esto explicaría su estilo unificado; no se ha intentado crear modelos como Marcus Fenix. Pero los que teman por la posible desaparición de las imágenes de jugador, pueden estar tranquilos: aunque una imagen plana de su avatar se convertirá en su imagen de jugador, será posible recuperar la original; y los avatares podrán llevar camisetas decoradas con ella. "No queremos que desaparezcan las imágenes de jugador; es sólo que pensamos en ellas más como un logo que como una identidad".








Cuando creamos nuestro personaje faltaban todavía muchas opciones de ropa; le pusimos una camisa violeta y unas zapatillas blancas. De hecho, el equipo no tuvo los gráficos reenderizados hasta la semana anterior, y aunque los gestos de la cara estarán animados, sólo pestañeaba. El editor de caras está lejos de la profundidad del sistema de Miis, aunque se mitiga con el añadido de la ropa. En general, estos avatares son mucho más complejos que los Miis, ya que están compuestos por 102 huesos virtuales y lo que el equipo de diseño de Rare llama "manos de kung-fu"; grandes y aparatosas para que puedan agarrar cosas. Pero hasta que llegue la variedad de elementos prometida, no mostrarán su verdadera capacidad para representar y encantar a los jugadores.




Aunque su aspecto nos es familiar, Whitten asegura que los avatares son una evolución natural de los gamertags de la Xbox, las imágenes de jugador y los lemas de la 360.



## SCENE IT? BOX OFFICE SMASH

### EL JUEGO DE PREGUNTAS SE PREPARA PARA EL SEGUNDO ASALTO, AHORA CON AVATARES

LANZAMIENTO: **FINALES 2008**
ESTUDIO: **KROME STUDIOS**
DISTRIBUCIÓN: **MICROSOFT GAME STUDIOS**

Microsoft está ultimando *Box Office Smash*, segunda entrega del título que imitaba la serie *Buzz!* de Sony y que vio la luz el año pasado; será el primer juego a la venta en hacer uso de los nuevos avatares de Xbox 360. El original tenía una apariencia un tanto estéril, debido a lo poco que se esforzaba en personificar a sus jugadores más allá de una mísera selección de emblemas; pero ahora, los jugadores toman el escenario, ya que su avatares ocuparán el sofá que aparece en pantalla y actuarán en consonancia a cómo les vaya en el juego.



**Es el último juego en el género de las preguntas en incluir un modo para un jugador, que se reflejará en los marcadores.**

Más allá de este nuevo enfoque, *Box Office Smash* no es una reinvención, sino más bien una intensa puesta a punto del original. Regresan los mismos puzzles, algunos levemente modificados, otros ampliados, con 1.700 preguntas nuevas y cuatro tipos de puzzle adicionales. El juego también recibe un nuevo modo online, que permitirá los enfrentamientos de hasta cuatro equipos. Será complicado que se permita el Chat entre equipos, ya que no hay enganche para el headset en el mando especial, pero Krome se plantea introducir guiños a través de la cruceta (que se encuentra dentro del botón grande). Tendrá contenido descargable y, en otro movimiento de la estrategia de Microsoft para conseguir que 360 sea más atractiva al mercado europeo, el 20% de las preguntas en las ediciones de Reino Unido, Alemania, Francia, Italia y España estarán creadas específicamente para cada región, además de traducciones para los países nórdicos y Latinoamérica.

Por lo demás, se han mitigado los problemas del primer juego, como el anfitrión, que será sustituido por dos personajes que, por lo que parece, recurrirán al cliché de la voz en off de las películas de acción. Los premios que se reparten entre rondas serán menos arbitrarios, habrá rondas que no usarán el buzzer, y se reducirán mucho las trampas con éste (como pulsar el botón mientras todavía aparece la pregunta para acertar al instante). Así pues, son unas mejoras sólidas y lógicas con respecto al original, aunque al compararlo con *Primetime*, los logros de *Scene It?* parecen ser más bien modestos.




**A diferencia de *Buzz!*, no incluirá cuestionarios creados por los usuarios. Según los desarrolladores, se debe a que quieren que las preguntas tengan una calidad muy alta. El contenido se podrá renovar con paquetes de preguntas descargables.**

## YOU'RE IN THE MOVIES

### VOLVEMOS AL CINE, PARA VIVIR DESDE DENTRO NUESTRAS PROPIAS PELÍCULAS

LANZAMIENTO: **FINALES 2008**
ESTUDIO: **ZOË MODE**
DISTRIBUCIÓN: **CODEMASTERS**

*You're in the Movies* es un título desarrollado por los británicos Zoë Mode, y que permite la participación de hasta cuatro jugadores en la misma consola. Está compuesto por variados minijuegos, sin que falten los clásicos de agitar nuestros brazos alocadamente a nuestro alrededor, como "golpear las abejas", "golpear con ataques de artes marciales el pelele de madera" y "cuadra la posición de las manos durante el baile".

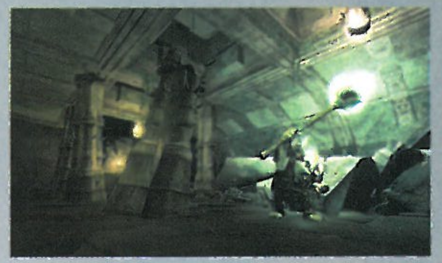
Sin embargo, lo más interesante son los juegos en los cuales se manipula la imagen del jugador, como uno en el que hay que inclinarse para conducir un ciclomotor y esquivar los obstáculos. En pantalla, aparece la propia persona encima del ciclomotor, y al avanzar a lo largo de la carretera, esa imagen irá cambiando de tamaño. Del mismo modo, se pone al usuario dentro de unos voluminosos pantalones de payaso, y se le pide que corra con fuerza para tensar lo más posible una cuerda elástica. Al evitar recurrir a los gráficos poco definidos que emplean algunos de los títulos de EyeToy, consigue envolver con mucho más acierto al jugador en la acción.

Otra pequeña característica que aporta *You're in the Movies* al género es una serie de secciones en las cuales los jugadores deben, por ejemplo, hacer que gritan al asustarse ante una araña, mirar al suelo o correr. Al final del juego, las secuencias filmadas se juntan y se insertan en un tráiler de una película casera de serie B. Como elemento de entretenimiento familiar, a buen seguro que conseguirá arrancar más de una sonrisa, aunque nos parece que se han equivocado al insertar imágenes de desconocidos cuando juegan menos de cuatro personas; parece como que unos intrusos han invadido nuestra velada privada.

Por lo demás, el juego está muy bien equilibrado para lograr ocupar ese hueco entre la competitividad y la colaboración que tan bien funciona en los juegos sociales del salón de casa. Aunque básicamente es un título que pretende robarle el trono a otra consola, tiene ideas muy inteligentes que le permiten conservar la suficiente dignidad como para lograr que los usuarios pierdan la suya a la hora de jugar.




**Para guiar a los jugadores, el juego sobreimpresiona una silueta animada que les guiará en lo que hay que hacer.**



Hay que añadir a la mezcla los nuevos avatares de usuario, los cuales, según Whitten, crean una atmósfera más social: "el canal Comunidad estará lleno de avatares animados que dicen: 'vente, estoy jugando a esto'. Con sólo pulsar un botón, podéis formar equipos y adentraros en su experiencia o empezar una conversación". Aunque los usuarios llevaban tiempo pidiendo un sistema de equipos, se ha intentado que fuese lo más accesible posible para que no intimide al gran público. No ha sido fácil hacer cambios para adaptarse al nuevo público al mismo tiempo que se satisface al ya existente; resulta evidente que el estilo de los avatares no pega mucho con alguna gente que te encuentras en el Live. ¿Podría la fama de la Xbox 360 entre los jugadores expertos llegar a reprimir la habilidad de Microsoft para innovar y ofrecer estos cambios? La respuesta de Johnson es

## TENEMOS UNA GRAN BASE DE JUGADORES, PERO QUEREMOS LLEGAR A 30 MILLONES DE USUARIOS

que "también son nuestros mejores abogados. Lo considero como llegar al centro de lo que de verdad quieren. Lo observamos y nos preguntamos qué oportunidades tenemos. Actualmente, tenemos una gran base de jugadores, pero al mismo tiempo queremos pegar el salto desde los 12 millones a los 20,30 millones de usuarios en el Live". Por tanto, debe lograr el equilibrio que satisfaga a ambos tipos de usuarios.

Sobre la Guía, se han aumentado sus funciones para que iguale aquello que puede hacer el interface actual y utilizar el mismo interfaz por pestañas; pese a ello, seguirá ocupando las mismas 32MB de RAM, aunque aseguran que responderá mejor. La intención es que permita a los usuarios expertos entrar y salir rápidamente del contenido.



En el cooperativo de *Fable 2*, los jugadores locales pueden entrar en la partida, mientras que los amigos en el Live aparecerán como orbes en el juego, en las localizaciones precisas en las que se encuentran durante sus propias partidas. Puedes invitarles a tu mundo o visitar los suyos.



Son muy profundos los cambios que está llevando a cabo Microsoft en la Xbox 360, pero todos ellos se reducen al software. Schappert cree que nunca antes se había visto algo así en consolas: "podemos cambiar el sistema operativo para ofrecer una nueva máquina sin tener que cambiar el hardware. Es la primera vez que se puede hacer algo así en el mundo de las consolas".

**Aaron Greenberg,** manager de producto, entra en la conversación: "podría decirse que es la primera vez que se hace algo así en la electrónica de consumo. El móvil que compré hace unos meses no ha cambiado, ni el iPod de hace un año. Estamos permitiendo que la Xbox mejore con el tiempo. Lo hemos ido haciendo poco a poco con las actualizaciones de primavera y otoño, pero esto supone reinventar completamente la imagen que se tiene de la Xbox".

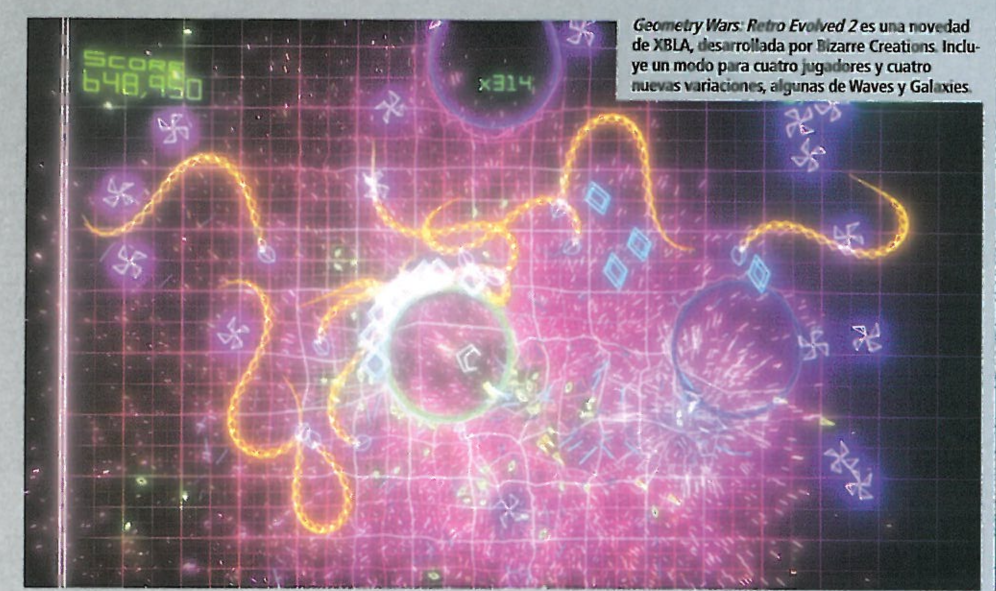


Los jugadores cooperativos no aparecerán en tu mundo como su propio personaje; en vez de eso, aparecerán con forma de esbirros, y para reflejarlo, cobrarán un salario por trabajar contigo.

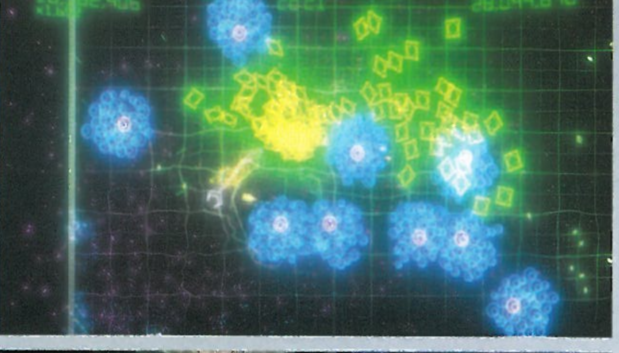
Hasta ahora, el equipo de PR de Microsoft se ha mostrado cauto al utilizar la palabra evolución en vez de reinvención, ya que lleva a pensar que las pestañas fueron, básicamente, un paso en falso. Pero a Whitten le aterroriza pensar en el número de usuarios de 360 que no saben que Hexic viene incluido en sus consolas. "¡No quiero ser muy duro conmigo mismo, porque estuve involucrado en el interface original! Pero cuando lo pensamos al principio, contamos con que habría unos 200 objetos en la Tienda. Pero ahora tenemos 17.000, y ese número sigue aumentando a un ritmo exponencial". Por tanto, el cambio se debería a una reacción ante el éxito inesperado, y no a que se cometiesen errores en la concepción de 360.



**Así como el** software está ajustándose para llegar a un público más amplio, Microsoft amplía también el catálogo de juegos first party. *Gears of War 2, Fable 2, Viva Piñata: Trouble in Paradise* y *Banjo Kazooie: Nuts & Bolts* compondrán la oferta para los expertos estas Navidades. Pero, aunque *Lips, Scene it? Box Office Smash* y *You're in the Movies* componen un catálogo más acorde »




*Geometry Wars: Retro Evolved 2* es una novedad de XBLA, desarrollada por Bizarre Creations. Incluye un modo para cuatro jugadores y cuatro nuevas variaciones, algunas de Waves y Galaxies.





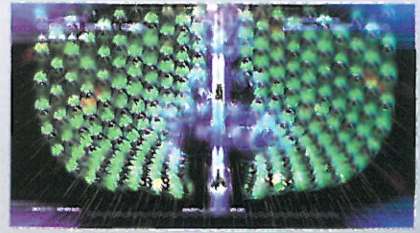
con los jugadores ocasionales que los *Scene it?* y *Viva Piñata: Party Animals* de las Navidades pasadas, son intentos evidentes de subirse a un tren en el que Sony ha brillado con luz propia. Algo que le comentamos a **Shane Kim,** vicepresidente de estrategias y desarrollo, cuando: "No estoy de acuerdo con eso; creo que *Lips* lleva *SingStar* mucho más lejos. No queremos hacer juegos sólo porque sean diferentes; queremos encontrar cosas que tienen atractivo a gran escala. Además, puedo adelantar que tenemos otras franquicias por anunciar en las que tenemos plena confianza".

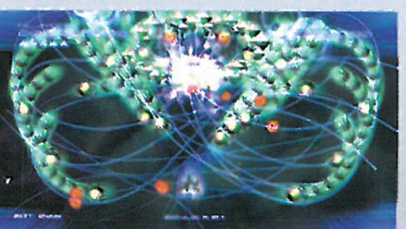
Hablamos de contenidos nuevos como Primetime (que tiene potencial para convertirse en un género completamente nuevo, capaz de aunar los mundos de la televisión y del ocio interactivo) y del increíble trabajo que ha llevado a cabo Microsoft creando su Tienda de vídeos, especialmente en EEUU. Le va lo bastante bien como para que el Live se encuentre en el top diez de los servicios de vídeo bajo demanda de la zona; al menos, es lo que dice **Ross Honey**, director del grupo Media&Entertainment de Microsoft, mediante el cual se obtiene todo el contenido de vídeo. El vídeo supone un tercio de las ganancias anuales de la Tienda, y por eso es una parte importante del negocio; y, al igual que el resto de la estrategia, el nuevo objetivo es Europa, sobre todo porque el viejo continente ofrece más ingresos per capita que los EEUU.

## AÑADIMOS NUEVAS OPCIONES AL ONLINE, Y ESTAMOS MUY POR DELANTE DE LA COMPETENCIA







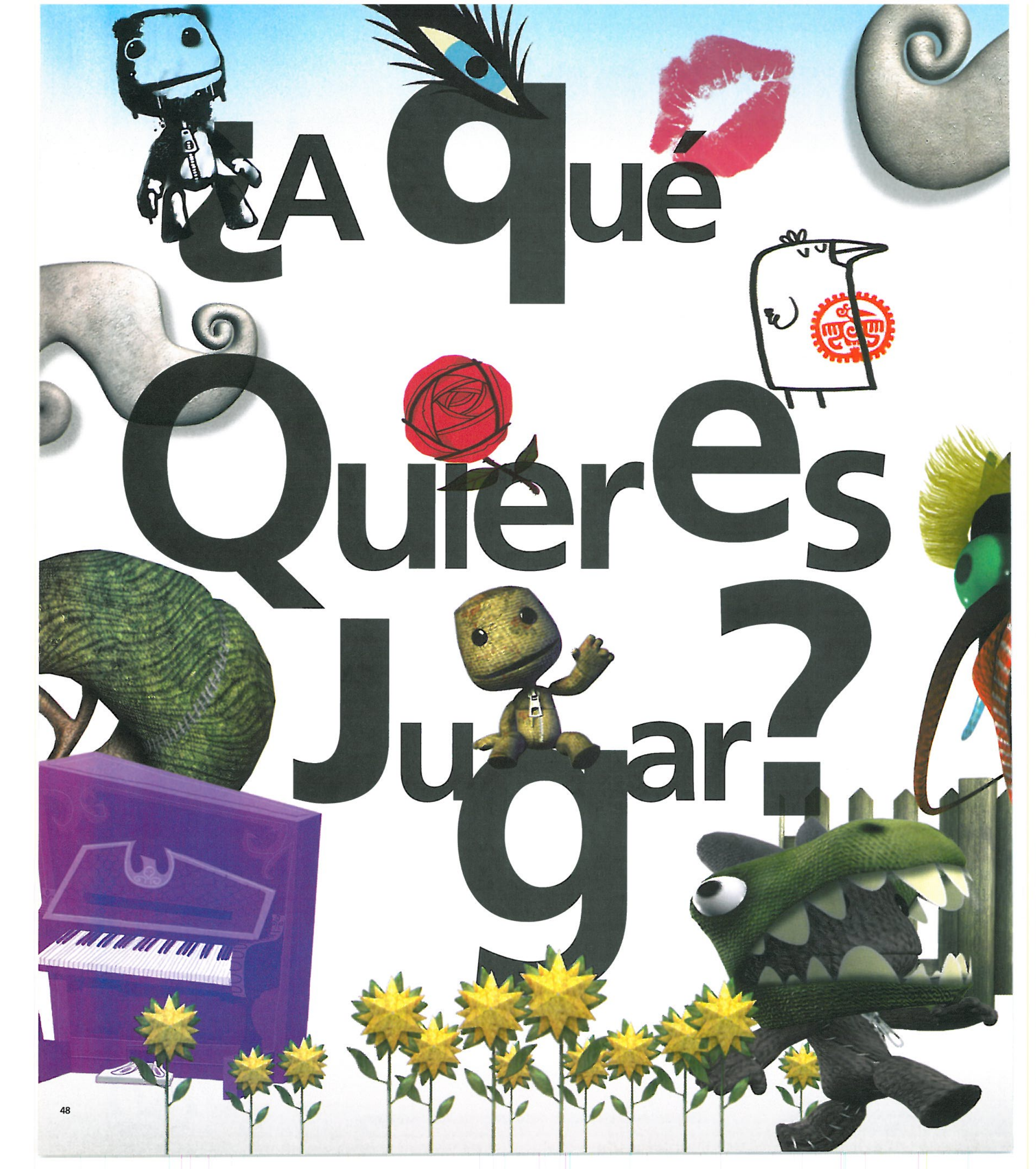


Otra novedad del XBLA es *Galaga Legions*. Según Scout Austin, manager de XBLA, logra reinventar el clásico manteniendo las bases de tal manera que supera incluso a *Pac-Man Championship Edition* (desarrollado por el mismo equipo).

Para que todos los elementos importantes no jugables de la 360 funcionen, es esencial que el Live también funcione. Y Microsoft está mejorando el Live sin ningún tipo de presión real por parte de Sony o Nintendo. Tiene pinta de que lo que la empresa ha planeado para la Xbox 360 va a ser algo con un diseño inteligente y robusto, pero aun así están apostando a que el mercado al que quieren llegar está preparado para vivir una vida online a través de la televisión del salón.

Según Schappert, "la banda ancha sigue creciendo a un ritmo acelerado. El online es un gran diferenciador y estamos añadiéndole nuevas características que nos permite seguir estando muy por delante de nuestros competidores.

La primera vez que Microsoft apostó por el Live, acabó valiendo la pena, pero sólo con el tiempo. La pregunta es si volverá a valer la pena.


¿A Qué Quieres Jugar?



# Gracias a unos rotuladores y a varios cartones, Media Molecule le da los últimos retoques al juego más grande, más pequeño y más extraño de la PS3

Qué se podría hacer con una moneda de 20 peniques y una goma elástica? Ambos objetos se encontraban encima de una mesita para el café dentro de las oficinas de Media Molecule, a las que acudimos unos cuantos días antes del E3. Posiblemente los dejase allí un desarrollador que buscaba en sus bolsillos un bonobús o un bolígrafo; pero en este contexto, las cosas así pueden adquirir enseguida un significado más profundo. He aquí un reto del diseño: coger ambas cosas y convertirlas en algo divertido.

Esta inquietud juguetona es lo que nos encontramos en el corazón de Media Molecule. La compañía todavía no ha terminado su primer juego, pero tras una presentación estelar en la GDC 2007, su primer trabajo ha seducido a prácticamente todo el mundo que lo ha visto. Mitad plataformas, mitad editor de niveles, *LittleBigPlanet* rebosa diversión sencilla y al alcance de todos. Pero las cosas se están poniendo serias: se ha anunciado que el juego saldrá a la venta en octubre, y desde aquella primera demostración pública, ha soportado mucha presión sobre sus hombros de cartón. Son muchos los que creen que este juguete casi indescriptible es, ni más ni menos, la clave para aumentar el atractivo de la PlayStation 3.

Todo empezó con unos amigos jugando en un parque. En 2005, Mark Healey y unos cuantos compañeros de Lionhead hicieron una película casera sobre artes marciales. Dicha película se convirtió en un juego, y el juego (*Rag Doll Kung-Fu*) se convirtió en un éxito descargable. Fue gracias a esta experiencia que los fundadores de Media Molecule lograron la confianza necesaria para abandonar Lionhead y crear su propia compañía en enero de 2006. "Fue un camino lleno de dificultades", admite Healey, actualmente director creativo de Media Molecule. Kareem Ettourney, director artístico de la compañía, tiene una versión más optimista: "fue algo que nos daba fuerzas. Alimentaba la idea de que podíamos hacer las cosas de forma distinta".

TÍTULO: **LITTLEBIGPLANET**
PLATAFORMA: **PS3**
DISTRIBUCIÓN: **SCE**
ESTUDIO: **MEDIA MOLECULE**
ORIGEN: **REINO UNIDO**
LANZAMIENTO: **OCTUBRE**




Dos años después, un equipo de sólo 27 personas trabaja en el título más importante de PlayStation 3, en una pequeña oficina sobre una tienda de baños. Además de la moneda de 20 peniques, unas luces de navidad que forman la palabra 'hola' dan la bienvenida, mientras que en una rápida visita nos presentan a una 'persona responsable de los detallitos' que trabaja hombro con hombro con programadores más tradicionales, diseñadores de niveles y un hombre al que han encerrado en una habitación y no puede volver a salir "hasta que consiga que el juego funcione con rapidez". Como cabría esperar, todo el lugar está plagado de elementos relacionados con el juego: muñecos, dibujos animados y otros tributos a los personajes cosidos a mano o garabateados. Todo ello es muestra de una ingenuidad improvisada y poca habilidad para las manualidades.

aumentar la niebla, alterar el brillo o corregir el color. Para añadir una banda sonora sólo hay que pegar una 'caja de música' en el entorno. Una vez esté en su lugar, podremos elegir la canción, ajustar el volumen de cada instrumento o cambiar las secciones de la melodía.

La caja de música es un buen ejemplo de lo que hace que *LBP* sea tan sencillo: todos los elementos de la jugabilidad son también objetos físicos. Si queremos un punto de reaparición, bastará con sacar una puerta de Popit y pegarla en la pared: el juego entenderá al instante lo que significa. Si, además de música, queremos efectos de sonido, sacamos un altavoz y lo pegamos a unas rocas antes de seleccionar el ruido

**"Al crear los niveles, Mark tenía una regla: no podíamos hacer trampas. Debíamos usar las mismas herramientas que los jugadores. Nunca cedió, y las herramientas se volvieron mucho más potentes"**

**La idea básica** de *LBP* debería ser bien conocida por todos: somos un muñeco de trapo, y utilizamos el Popit, una mezcla entre un sistema de menús y un puntero de ratón sin ratón, para crear varios objetos físicos y escenarios en 2.5D, los cuales podremos subir a la red para compartirlos con el resto del planeta. Hoy, Media Molecule nos muestra algunas de las opciones más avanzadas que hacen uso de lo que podría acabar siendo un simple generador de obstáculos para convertirlo en una herramienta capaz de crear cualquier tipo de juego que se nos ocurra.

Según Ettouney, "hacer una buena herramienta de modelado es fácil. Lo complicado es lograr que sea sencilla de utilizar y que anime al jugador". Aún así, eso es lo que ha logrado este equipo. Por ejemplo, si estamos creando un nivel y queremos poner una caja de ayuda o crear un PNJ que hable, basta con abrir Popit, seleccionar una boca, ponerla donde sea necesario y escribir el texto.

En cuanto al escenario, podemos elegir el que deseemos de entre los que hay disponibles, desde un jardín bañado de rocío hasta desiertos bajo un sol implacable. Luego, utilizamos las barras del Popit para cambiar la hora del día,

que queremos que hagan. Resulta increíble.

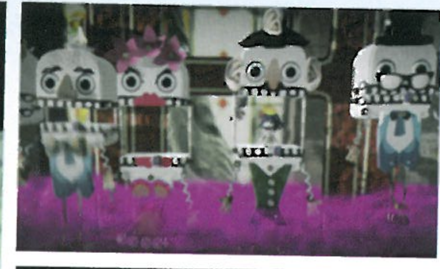
Hacer los guiones es el aspecto más sobrecogedor de la mayoría de los editores de niveles, y el aspecto en el que *LBP* parece estar condenado a perder un poco de su sencillez. De ser un juego convencional, este sería el enfrentamiento contra ese jefe final en el que



Alex Evans

Kareem Ettouney

Mark Healey





*LittleBigPlanet* será el juego de referencia de todos aquellos que siempre han querido tener su propio barco pirata casero. Es posible crear objetos de este nivel de complejidad en una media hora o así, pero lograr que luzcan tan bien como éste requerirá mucho más tiempo. Una barca con remos será lo más apropiado para vuestros primeros intentos.

se atasca todo el mundo y provoca que muchos abandonen. Pero esta vez es diferente, ya que Popit incluye herramientas sencillas que nos permiten determinar el momento justo para que tengan lugar los ataques enemigos, crear puzzles para abrir puertas cerradas e incluso controlar el comportamiento de los PNJ.

Las herramientas en cuestión son botones, que los jugadores podrán colocar en el juego y vincularlos físicamente a objetos. En su nivel más sencillo, es posible conectar un botón a un motor; cuando se pulsa, el motor se encenderá y abrirá una puerta cercana. Ya está, hemos creado un puzzle básico al estilo *Zelda* en menos de 15 segundos.

Gracias al abanico de botones disponibles, contaremos con mucha variedad. Los hay que reaccionan al movimiento, lo cual se asemeja a las secuencias prescritas: si pasamos cierto punto del nivel, caerá del techo un nuevo enemigo, o empezarán a moverse las plataformas y se activará toda una secuencia mecánica; todos los movimientos están unidos al botón a través de simples pistones y engranajes. Luego, tenemos el botón de pegatinas, que es una variación de las puertas y las llaves: se encuentran en las superficies, pero sólo se dan la vuelta una vez hayamos colocado encima una pegatina predeterminada. También están los botones magnéticos, que se dividen entre dos objetos y se activan cuando se juntan las piezas: en un sencillo movimiento, tendremos a nuestro alcance todas esas llaves con códigos de color y esas puertas cerradas de *Gauntlet* y de un centenar de otros RPG.

Sólo hay un puñado de botones diferentes, pero sorprende el grado de complejidad que se puede alcanzar cuando todos estos elementos se combinan en el juego. Healey nos muestra una fase como ejemplo: hay una suricata bloqueando una puerta y no la abrirá hasta que hayamos encontrado a su bebé desaparecido. La madre es, en realidad, una colección de cajas, con un botón de proximidad que activa los pistones que le hacen cobrar vida cuando nos acercamos. Al encontrar al bebé y devolvérselo, la llave magnética que se encuentra dividida entre ambas suricatas activa una secuencia en la cual la madre se pone de pie, abriendo una puerta vinculada a sus pies. Es una secuencia completamente guionizada, compuesta por un reto, una recompensa y un empujón hacia la siguiente zona del nivel; y su programación es completamente mecánica: botones, palancas y labios de cera, sin que se vea ni un sólo comando de C++.

Eso es todo lo complejo que llega a ser el juego. En todas las ocasiones en las que el equipo se ha enfrentado a una dificultad potencial, han logrado encontrar el modo más elegante y visual de explicar las cosas. Para mostrarles a los usuarios cuántos objetos más podrán colocar en un nivel, hay un medidor a la izquierda de la pantalla que se va llenando a medida que se ocupa el espacio. Con el fin de encadenar diferentes fases para que compongan los distintos niveles del juego, el equipo ha elaborado un sencillo sistema de llaves: por cada nivel construido, conseguirás una nueva llave que se añade a tu inventario. Basta con introducir tu llave para el nivel de hielo al final de tu nivel de fuego, y te trasladarás de uno a otro; aunque, ¿por qué limitarse a los viejos conocidos de hielo y fuego cuando puedes tener niveles de pana y lija en su lugar?

Con estos elementos, relativamente sencillos, el equipo ya ha creado RPGs, complejas plataformas con numerosos niveles y mundos centrales; y juegos de puzzle como el Tetris. Ha creado incluso una versión de *OutRun,* que simula los cambios de la carretera moviéndose a través de una serie de tiras de madera. Si sabemos lo que queremos hacer, y podemos idear un modo para conseguir que funcione de manera mecánica, es posible crearlo. Popit es la herramienta perfecta para este trabajo: un menú que consigue organizar una asombrosa variedad de objetos del juego y herramientas de tal modo que lo que buscamos está a unos tres segundos de distancia.

Media Molecule espera que los niveles incluidos en el juego hagan las veces de tutorial para conocer las herramientas más complicadas. En ese aspecto, *LBP* es un puzzle: gran parte de la diversión es descubrir lo que han



## El gran hermano

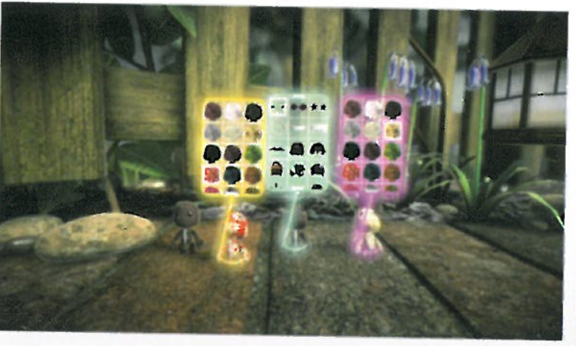
*LittleBigPlanet* pretende encajar en el mundo del contenido para compartir, una práctica iniciada por páginas web como Flickr y MySpace. Pero, ¿cómo te aseguras de que nadie resulte herido cuando el Game 3.0 se encuentre con la Web 2.0? *Spore* ya ha demostrado que, independientemente de tus objetivos, si la gente quiere crear un amplio abanico de aparatos sexuales con patas, lo harán. Del mismo modo, YouTube, que te permite mostrarle al mundo esa película para la universidad en la que tanto has trabajado, es hogar de infinidad de violaciones de copyright como de una marea de comentarios mordaces, todos con la intención de pisotear tus esfuerzos creativos. Aunque en *LBP* basta con pulsar un par de botones para bloquear sus comentarios y pedir moderación para su contenido, Ettouney asegura que hay otra forma de llevar la comunidad: "la moderación supone hablar del lado oscuro del poder, pero también hay un lado luminoso: premiar las cosas buenas, y hacerlo de tal modo que la comunidad tenga más sentido si haces cosas buenas. ¿Por qué perder tiempo haciendo nada si puedes obtener recompensas haciendo cosas útiles? Tenemos que alimentar, animar y apoyar, y luego podremos gobernarlo". Healey sugiere que la tónica de *LBP* podría evitar el llegar a recurrir a un nivel de vigilancia similar al propuesto por Orwell: "en las escasas ocasiones en las que visito los foros, me encuentro con un espíritu agradable hacia este juego; aunque no es posible fiarse sólo de esto".





El modo Crear del juego, con cooperativo online, puede llegar a acabar con muchas grandes amistades, ya que los hilos del Popit se enredan, y todo el mundo quiere llevarse el crédito por crear ese Batmóvil de cartón que dispara mariposas.







Con el cooperativo, es una locura; los jugadores pasan de ayudarse a estorbarse, y las físicas, a menudo demasiado exactas, pueden llevarte a un destino inoportuno.



creado los diseñadores. Ettouney nos explica que "al crear los niveles, Mark tenía una regla: no podíamos hacer trampas. Debíamos utilizar las mismas herramientas que los jugadores para crear los niveles. "En otras palabras, si observamos con atención algo que haya creado el equipo, pronto sabremos cómo hacerlo nosotros mismos; y el equipo lo ha creado prácticamente todo, desde coches de madera con motores que funcionan hasta una gigantesca bota de Doctor Martens que baja gracias a unas cadenas. –Ettouney continúa– decíamos siempre: '¿podemos hacer trampa sólo por esta vez?' Mark nunca lo permitió. Gracias a eso, las herramientas se volvieron mucho más potentes".

**Es difícil imaginar** un juego con una premisa más sencilla, y aún así tan ambiciosa. Por eso mismo, queda una pregunta por resolver: semejante grado de libertad, ¿intimidará al usuario cuando se siente frente a su televisor?

"Para mí es mucho menos intimidante que MySpace", dice Healey, quien además añade que todavía no se ha visto a nadie paralizado por el pánico en las numerosas pruebas de testeo realizadas. "No hace falta ser decorador para poner bonita tu habitación –añade Ettouney–. Esto viene a ser lo mismo. Le hemos dado ese aspecto de estar hecho a mano para celebrar la imperfección. Esperamos que la gente se sienta a gusto".

*LBP* está dividido en tres discretos modos: Jugar, Crear y Compartir. Al principio, habrá que desbloquear Crear jugando a los primeros niveles ya creados de Jugar (hay 50 en total). Shackboy y Popit son el eje central alrededor del cual gira todo, y ambos modos los utilizan como método de interacción; en el modo Crear puede tanto volar por el nivel para colocar objetos como bajar al suelo para probarlos. Compartir ofrece, precisamente, lo que promete.

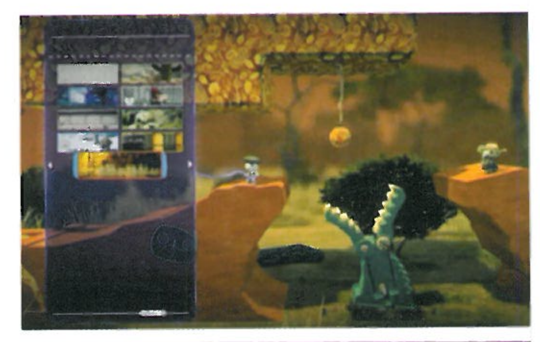
En cuanto a su uso, Crear no dista mucho de un simple programa de dibujo. Al principio seleccionamos el material y un pincel en Popit, y pronto estaremos dibujando una fina envoltura de brillantes láminas metálicas en el entorno. Utilizando el stick derecho, alteramos el tamaño del pincel, y luego esto lo podemos reducir a fragmentos con juiciosos cortes con la goma. Cuando pasamos al modo de prueba, nuestro extraño escenario metálico cae al suelo y el motor de físicas lo mueve adelante y atrás antes de que se quede quieto (es posible utilizar la 'materia oscura', que sirve para pegar bloques al aire, pero es algo que los diseñadores rara vez hacen). Lo que tenemos es una montaña de basura, pero en cuestión de segundos estaremos trastocándola para formar una prometedora carrera de obstáculos, y Healey ya nos está mostrando cómo construir motores funcionales con unos cuantos bloques metálicos y un engranaje, mientras el director técnico Alex Evans se acerca para ofrecer instrucciones sobre la ardua tarea de añadir efectos a las piedras para conseguir almohadones de granito. Incluso sin esta ayuda del más alto nivel, no tardamos mucho en encontrar las cosas que queremos hacer, tan sólo con sacar objetos de Popit y probarlos.

El resultado no es, precisamente, *Yoshi's Island*, pero en apenas cinco minutos hemos convertido un lienzo en blanco en una zona de juego en la que podríamos perdernos durante horas, colocando plataformas y jugando con las propiedades físicas de diferentes materiales. Todo ello, sin pararnos a pensarlo; el diseño surge de la facilidad con la que nos movemos entre la construcción y la prueba.

El énfasis general se centra más en la diversión que en la velocidad. Según Evans, "nuestra prioridad es hacer que el juego sea divertido de utilizar. La gente cree que se va a poder crear un nivel al más puro estilo Miyamoto en cinco minutos. Ni por asomo. Puedes crear un nivel Miyamoto, pero posiblemente te lleve todo el fin de semana. Nuestros esfuerzos se han centrado en asegurar que ese fin de semana sea divertido".

Resulta satisfactorio descubrir lo sencillo que es Crear, pero la verdadera sorpresa nos la encontramos en los niveles ya creados del modo Jugar. Es lógico suponer que los niveles que incluirá el juego serán poco más que tutoriales; sin embargo, mientras jugábamos en un nivel de temática india con Healey, descubrimos que, aunque no hubiese sido una revolucionaria herramienta creativa, seguiría siendo un excelente plataformas 2D.

Aunque tiene una estética particular, la mezcla de saltos de precisión, las físicas





sencillas y las abundantes plataformas móviles nos recuerdan a la época de los 16 bits. Por todos lados nos topamos con cierta ingenuidad y humor, con arriesgadas rutas secretas por descubrir, destrozos por ocasionar, y toda una secuencia que tiene lugar en la espalda de un elefante mecánico que avanza a través de un campo de llamas. A nuestro alrededor, el estilo "hecho a mano" se combina con mecánicas fornidas para crear un juego de plataformas que resulta tanto fresco como tradicional. Dadas las escasas expectativas puestas en este aspecto del juego, supone toda una revelación el quedarnos con la sensación de que hemos disfrutado del diseño 2D más puro desde *Super Mario World.* Sin duda, parece que el trabajar sobre una tienda de baños estimula la creatividad.

Se centran en hacer algo muy especializado. Tienes gente con títulos como 'artista capilar'. Queríamos material multidisciplinar, una meritocracia integrada, en la que la mejor idea gana y acabas trabajando en el puesto que mejor se ajusta a ti. La mayoría de nuestras preocupaciones provienen de auténticos problemas creativos, y no de problemas políticos o de negocios. Pero todavía tenemos que ofrecer lo que tenemos: vivimos en el mundo real y no podemos ser una mera compañía de I+D de lo que mola".

¿Les preocupa que les defina *LBP?* "Creo que parte del plan es que defina a la compañía –dice Healey–. El lema de la compañía es 'Creative Gaming' (Juegos Creativos), y yo siempre he trabajado en títulos que requerían de la creatividad del usuario. Ettouney opina lo mismo: "no es un género agobiante, y con suerte hay mucho espacio para moverse dentro del mismo".

En lo que respecta al futuro, seguramente Sackboy les ocupe durante muchos meses, incluso después del lanzamiento del juego. "Con suerte, se formará una comunidad.

> **"Con suerte, se formará una comunidad. Nos hemos comprometido a apoyarla. Vamos a dedicarle tiempo. El lanzamiento del juego es tan sólo el principio"**

**En este momento,** en el que Media Molecule todavía está creando su propia identidad, ¿influye el peso de toda esta expectación a la hora de darle forma a la compañía? "No creo que pudiese influir ni aún queriendo. La gente de la compañía es la que lo evita –ríe Ettouney–. Muchos de nosotros no hemos asimilado el hecho de que hay alguien en Japón trabajando en el producto".

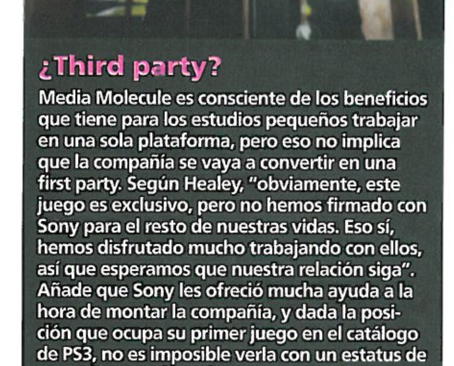
Todo el mundo se emociona ante la llegada de fresas y pastas para el té. Sin duda, parece que el equipo permanece con los pies en la tierra en medio de todo este hype, y todavía no hay Hummers en el aparcamiento. Y si el juego no cambia el modo en el que la compañía se ve a sí misma, tampoco va a cambiar su forma de trabajar: Media Molecule está determinada a seguir siendo pequeña y a hacer las cosas a su manera. Ettouney nos explica: "uno de los retos más grandes en los equipos importantes es el utilizar la habilidad de la gente.

Nos hemos comprometido a apoyarla. El lanzamiento del juego es tan sólo el principio –Healey ríe– El juego ni siquiera ha llegado a las tiendas todavía; podría ser una porquería. Personalmente, nunca he creído mucho en el hype".

Pero en Media Molecule no creen que sea una porquería. Entre el más que evidente orgullo por su creación, se puede percibir un poco de confusión, como si el equipo estuviese sorprendido ante lo que han creado. Aunque es lógico: pese a que tiene un aspecto infantil, estamos ante un juego que podría superar a *Spore* en lo que respecta a ambición.

Pero con todo esto, se forma un juego mordaz y muy digno, y por lo que hemos visto, podemos decir que *LBP* tiene potencial para ser muy divertido.

Healey y su equipo sólo han dudado ante la pregunta de cómo etiquetaban a nivel interno este género. Al final, Healey admite: "hemos sufrido para describir el juego. Cada uno lo hace a su manera. Para mí, es una herramienta creativa. Para otros, es un juego con el que juegas y aprendes a hacer cosas". Frunce el ceño y se inclina hacia delante, y luego, con tres palabras, lo resume todo: "¿qué creéis vosotros?".



## ¿Third party?

**Media Molecule es consciente de los beneficios que tiene para los estudios pequeños trabajar en una sola plataforma, pero eso no implica que la compañía se vaya a convertir en una first party. Según Healey, "obviamente, este juego es exclusivo, pero no hemos firmado con Sony para el resto de nuestras vidas. Eso sí, hemos disfrutado mucho trabajando con ellos, así que esperamos que nuestra relación siga". Añade que Sony les ofreció mucha ayuda a la hora de montar la compañía, y dada la posición que ocupa su primer juego en el catálogo de PS3, no es imposible verla con un estatus de second party, al igual que Insomniac.**



**El abanico de opciones para los avatares es infinito con la habilidad del PlayStation Eye para crear nuevas texturas; la tarea más ambiciosa de *LBP* es vigilarlo tras su lanzamiento.**





# EL GRAN SALTO A LA FAMA

La vida y obra de John Romero: exitoso diseñador de FPS adicto a los Apple Macintosh... y revolucionario de los MMO

Empecemos por el champú. Usad Finesse; Pantene sólo en casos de emergencia. Lavad, acondicionad y dadle tres minutos para que actúe. Aclarad y secad con la toalla tanto como podáis. Si vuestro pelo es algo ondulado por naturaleza, es el momento de utilizar un alisador que dome vuestros folículos indómitos. A continuación, dejad caer el pelo sobre la cara y secad con el secador peinándolo suavemente con un cepillo en dirección hacia el suelo. Sed fuertes; deberéis esperar hasta que esté completamente seco o se os rizará. Haced una coleta y esperad con ella cinco minutos (o más, si tenéis tiempo); una vez hayáis terminado, daos un masaje con una gota de acondicionador en las manos. Aplicad la solución de forma uniforme, para evitar engrasar mucho vuestras raíces.

Nos desconcierta bastante que, tras una conversación de dos horas y media, sepamos más del régimen de cuidados capilares de John Romero que de su nuevo MMO.

No en vano, durante la década de los 90, Romero (junto a Peter Molyneux) fue una de las figuras más parlanchinas de la industria de los videojuegos. Durante su etapa en id Software, compartía alegremente con los aficionados sedientos de información todo elemento nuevo que fuesen a incluir sus juegos. A día de hoy, todo lo que deja entrever es el género: Romero se ha enamorado de los mundos online. Asegura con entusiasmo: "Me encantan. Adoro los MMO. *World of Warcraft* me vuelve loco. Es un juego impresionante. Y tras jugar, pensé, 'tengo que hacer un MMO; es lo mejor que hay'".

Aunque las cifras de más de diez millones de suscriptores de WOW podrían echar para atrás, es imposible tomarse el entusiasmo de Romero como algo fingido. Y es que ha vivido con entusiasmo todos los proyectos en los que ha participado a lo largo de sus tres décadas en el sector. De hecho, es su actitud pletórica hacia los videojuegos la que lo debería convertir en el diseñador del jugador eterno. Pero la vida, el trabajo, la fama y la tragedia lo han impedido.

Romero, que nació el 28 de octubre de 1967 en Colorado Springs, EEUU, se enamoró de los videojuegos a primera vista. *Targ* (un juego de Exidy para recreativas del año 1980) fue el culpable. Según Romero, "me quedé en plan: '¿qué es esto?' Y luego lo entendí. Por aquel entonces, era una cosa novedosa que nunca nadie había experimentado. Nunca. ¡Una máquina con la que jugar a cosas! Al cabo de un rato, pensé: '¡tengo que descubrir cómo se pueden hacer estas cosas!'".

Su oportunidad llegaría en el verano del 79, cuando un amigo de la universidad le llevó con 11 años al campus de la ciudad y le enseñó los ordenadores que había allí. Los juegos disponibles eran aventuras de texto; a Romero no le entusiasmaron, pero empezó a crear las suyas propias, guardando su trabajo en tarjetas

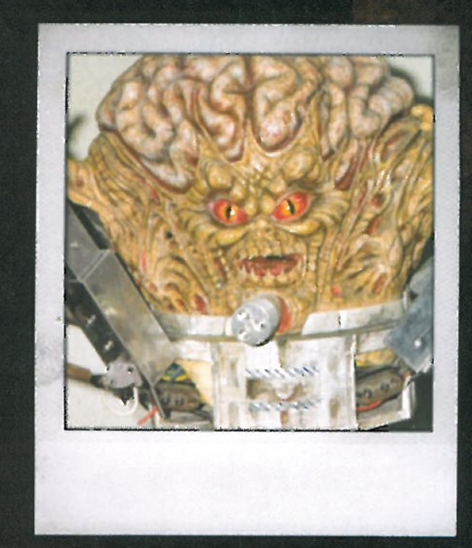
perforadas. Un día, cuando iba en su bicicleta en dirección al campus, se le cayeron; en ese momento, supo que tenía que comprarse un ordenador. "Y cuando lo hice, vivía pegado a él", asegura.

Aprendió rápido. Era evidente la pasión de Romero por los ordenadores, pero sus padres estaban desconcertados. "Se los enseñaba a mi madre –ríe–, y ella decía: 'vaya, está muy bien, cariño'". De hecho, hasta que consiguió su primer trabajo de prestigio en la industria, no aceptaron que podría tener futuro con los videojuegos. Dicho trabajo fue en Origin Systems. Decidido a convertirse de una vez por todas en miembro de la industria de los videojuegos, Romero viajó al festival Applesoft del 87, en San Francisco. Tras rechazar educadamente varias ofertas de trabajo, motivadas por el reconocimiento previo (varias revistas Nibble estaban disponibles por la zona, con juegos de Romero en algunas de sus portadas), llegó al stand de Origin. Había una serie de Apple II en exposición, mostrando diversos juegos. Romero no tuvo reparos en apagar el port de *Ultima I* que estaba en uno de los sistemas y meter su propio juego; uno que utilizaba en su código el complejo modo de gráficos de doble resolución del hardware. El representante de Origin se quedó asombrado ante su osadía, pero la jugarreta le permitió conseguir un trabajo.

En Origin, Romero tuvo que hacer el port de un juego de Apple II para la Commodore 64. Pronto descubrió que no le hacía falta reescribir todo el código. "Me resultaba mucho más fácil simplemente coger el código del juego y modificarlo en la Commodore. Desarrollo cruzado. Así que, básicamente, les dije: 'esto es lo que voy a hacer, así que ¿dónde está el cable para pasar todo esto a la Commodore?' Me contestaron: 'No existe. Nadie ha creado un cable que conecte la Apple II y la Commodore'. Así que fui a RadioShack y compré un cable de teléfono; tenía cuatro cables, los cuales soldé a los diferentes conectores de la Commodore basándome en los esquemas del sistema. Luego escribí un código para que aceptase datos del Apple II, lo guardé y lo ejecuté. Tras hacerlo, me subieron el sueldo un 25 por ciento".

**Pese a que** en Origin le tenían en muy alta estima, Romero abandonó la empresa para probar suerte siendo independiente, fundando una empresa de destino aciago junto a un amigo. Tendría más éxito en la empresa que fundó en 1988 con su compañero Lane Roathe. Ideas From The Deep le ofrecería muchos retos de programación, pero los ingresos no eran constantes, así que empezó a buscar trabajo de nuevo. Lo encontraría en marzo de 1989. "Jay Wilbur consiguió un trabajo en Softdisk. Les habló de nosotros, así que llamé a Softdisk y les dije: 'tengo que hablar con el presidente', cuyo nombre era Al Lekovius. Al se pondría en contacto conmigo y con Lane. Hicimos una barbacoa. No hacía frío, era Louisiana. Calor. Increíble. Pensé: 'tengo que venirme aquí'". Esta decisión fue la que impulsó a Romero al estrellato de los creadores de videojuegos.

Aunque no sería algo inmediato. Tuvo que trabajar en el desarrollo de aplicaciones antes de convencer a Lekovius de que



**"¿QUÉ PASARÍA SI HACES UN VIAJE AL ESPACIO Y LO QUE TE ENCUENTRAS ES NADA MENOS QUE EL INFIERNO?"**

le dejase formar su propia división centrada en los videojuegos, Gamer's Edge. Durante la contratación de personal, Romero encontró a John Carmack. Entre los dos se creó al instante una firme amistad debido a su obsesión compartida: la programación. Se dedicaron a ella durante días y noches, con heavy metal como único sonido de fondo. Carmack se encargó de los motores gráficos mientras que Romero se encargaba de las herramientas de desarrollo. Para Romero, aquello era el paraíso. Luego, Carmack cambiaría los juegos de PC para siempre.

"Llegué una mañana y me encontré con un disco sobre mi teclado que ponía 'Ejecútame'. Ejecuté el archivo Dave2.exe y me encontré una pantalla de *Super Mario 3* con uno de mis personajes (Dangerous Dave), que al llegar a la derecha de la pantalla, ésta se movía horizontalmente con mucha suavidad. Nunca antes había visto a un PC hacer algo así. Era sorprendente. Y sólo siete meses después de formar la división, la dejamos para fundar id Software", dice Romero.

Mientras que id estaba ocupada creando juegos 2D como los plataformas de *Commander Keen*, Origin estaba preparando *Ultima Underworld*. El elemento más revolucionario de Underworld, sus gráficos 3D en tiempo real, permitieron jugar desde una perspectiva en primera persona. Que Romero decidiese llamar a Paul Neurath (su antiguo compañero y diseñador jefe de Underworld) fue mera casualidad. Neurath le contó a Romero todo sobre la síntesis de texturas, la nueva tecnología que le permitía a los artistas incluir dibujos en objetos 3D, consiguiendo que el espacio virtual pareciese real. Romero le habló a Carmack de la técnica, y tras unos segundos de meditación silenciosa, Carmack dijo: "Sí, puedo hacerlo". Bastó con unas armas.

*Wolfenstein 3D*, un juego en el que debíamos escapar de una prisión nazi, cautivó a los jugadores en 1992. Convirtió a id Software en uno de los estudios de desarrollo más prestigiosos a nivel internacional, y a Romero en una estrella. Además, gracias a una inteligente campaña publicitaria, obtuvo muchas ventas. "Teníamos un trato con Apogee, nuestra distribuidora, para ir al 50%, y por eso nos sacamos de la manga aquella gran estructura de precios para el juego. Por 35 dólares, te hacías con los tres primeros episodios de *Wolfenstein*. Por otros 15, tenías otros tres, que llamamos las *Misiones Nocturnas*. Y luego, por otros 10, te hacías con la guía de estrategia completa para el juego. ¿Y sabéis qué? El 95% de los usuarios compraron la versión de 60 dólares del juego", explica con entusiasmo.

Mareas de jugadores compraron el juego, pero era sólo la punta del iceberg. Carmack estaba experimentando con un nuevo motor gráfico, uno que pudiese crear espacios 3D completamente cohesivos con arquitectura angular, diferentes niveles de altura e iluminación realista. Tras rechazar la oferta de 20th Century Fox para utilizar la tecnología en una adaptación de *Aliens*, a id se le ocurrió una premisa única: mezclar la ciencia ficción y el mundo bíblico. "Era en plan: 'sí, sí, sí, estas en el espacio y te encuentras con alienígenas'. Todo el mundo se espera



## ROMERO SOBRE... JOHN CARMACK

"Carmack era muy grande. En Internet se habla mucho de lo robótico que es y todo eso, pero es increíblemente creativo. Tiene todo ese mundo en su cabeza, esa campaña de D&D. Era como un mundo real. Carmack hacía algunos juegos por libre para la Apple II, y cobró unos 450 dólares por cada uno. Se enteró de que los juegos para PC se pagaban casi al doble, así que decidió que tenía que aprender a usar el PC. Alquiló uno en una tienda durante una semana, y aprendió a programar con él. Hizo un port para PC de todos sus RPGs de Apple II en una semana y luego lo devolvió. Sólo lo alquiló una semana porque no tenía más dinero. En siete días, era un programador de PC. Es una muestra de su inteligencia".

Los maestros de Doom en Mesquite (de izquierda a derecha): John Carmack, Kevin Cloud, Adrian Carmack y John Romero.



La motosierra con goteras, cuyo apodo era Eager Beaver. La utilizó Kevin Cloud para crear el arma más llamativa de Doom.

## ROMERO SOBRE... EL PROBLEMA CON ION STORM

"Para Daikatana, licenciamos el motor de Quake I. Creía que conseguiríamos tener el juego terminado para diciembre de 1997, pero en Navidades me di cuenta de que no iba a ser posible: la gente que contratamos no estaba acostumbrada a hacer nada del modo en el que hacíamos las cosas. Fue un gran proceso educativo que retrasó todo el proyecto. Entonces, cuando fuimos al E3 y vimos la demo de Quake II, me quedé asombrado por lo grandioso que parecía. Básicamente, dije: 'no puedo lanzar mi juego con el motor de Quake I. Tiene que ser el de Quake II'. Desgraciadamente, no lo conseguí hasta febrero de 1998".



Durante la reunión Ion Storm Apple II de 1998, con el co-fundador de Apple Steve Wozniak (centro) y Tom Hall.



Con Carmack y Cloud, mostrando la floreciente colección de camisetas promocionales de id, durante el desarrollo de Doom II.



La sala de proyecciones de Ion Storm, con sillas de cuero por todos lados y un proyector que costaba 5.000 dólares.



Al volante de un Hummer de color amarillo canario, con un completo sistema audiovisual creado por él mismo, sobre 1999.

## ROMERO SOBRE... DAIKATANA

"Quería crear un FPS que fuese muy grande. Debía ofrecer mucha variedad, y un modo para conseguirlo sería tener múltiples épocas en las que todo cambiase. Es decir, que variase el estilo de cada época: las armas, la historia y los monstruos. Todo el juego cambiaría, tan fácil como bam, bam, bam. Así que llegamos a tener cuatro épocas diferentes, y unas seis armas para cada una; 24 armas y un montón de monstruos. Cada enemigo era diferente; no sólo cambiaban de piel. Tenías varios bugs en la IA del compañero, y algunos gráficos no eran precisamente maravillosos, ni los niveles gran cosa, pero en general, creo que era una idea muy buena. De haberla llevado a cabo en condiciones, creo que el juego hubiese sido genial. De hecho, en estos momentos hay un equipo trabajando para convertir *Daikatana* al motor Source".

Los paneles que instalaron en la zona de trabajo en Ion Storm, para intentar evitar la entrada del calor del sol.

## ROMERO SOBRE... LA PRIMERIZA TECNOLOGÍA PARA FPS

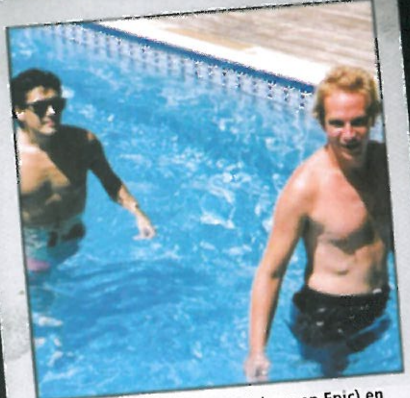
"Al principio, nos llevó mucho trabajo crear los mapas para Doom, debido a la complejidad de las estructuras de datos. Básicamente, salvábamos sectores en un array, y avanzábamos por dicho array para el renderizado. Y no era lo bastante rápido. Pero tenías que ser capaz de ver los niveles renderizados. Así que Carmack dijo: 'Tengo que darle un par de vueltas a esto'. Se encontró con un informe sobre particiones binarias del espacio, o BSP. Se trataba de cómo coger el modelo de un personaje y recrearlo de tal manera que no se dibuje la parte trasera; puedes hacerlo si sólo dibujas los polígonos que están a la vista. Carmack lo adaptó a un nivel, en vez de a un modelo de personaje, y al hacerlo, descubrió cómo utilizar BSPs en un juego, cómo lograr que un nivel se moviese con rapidez".

Escena de *Catacomb 3-D*, el juego de id creado en 1991 y que suele ser considerado el pionero de los FPS modernos.

John Romero en la casa junto al lago de Shreveport, base de id en 1990; era la época de la demo de *SMB3* para PC.

## ROMERO SOBRE... SU DISEÑO DE QUAKE

"Quería que Quake fuese violento e imprevisible. Completamente diferente de Doom. La cámara iba a moverse levemente, nunca ibas a estar quieto en el juego. Nunca tuvimos un píxel estático. También quería hacer más por la jugabilidad; no quería meras armas al estilo Doom. Les decía: 'hicimos Doom. Ahora, hagamos Quake. Hagamos algo más'. Al principio, si te enzarzabas en un combate contra un enemigo, la cámara se movía a un lateral y la vista parecía similar a la de un juego de lucha. Y se podían utilizar un montón de elementos tácticos. También quería distintos tipos de desencadenantes. Podías hacer un sonido y eso era una alerta. Teníamos desencadenantes en Doom para los que tenías que caminar por encima de cosas, pero en Quake quería meter otros que fueran visuales. De ese modo, si veías una zona, podía hacer que ocurriera algo".



Con Jay Wilbur de Softdisk (ahora en Epic) en la piscina trasera de la casa junto al lago de id, en el verano de 1990.

## ROMERO SOBRE... STEVIE CASE

"Stevie se había mudado a Dallas y fundó una empresa de videojuegos. Tenía allí a un puñado de desarrolladores trabajando en un add-on para *Quake II* llamado Vengeance. Bobby Prince se encargó del apartado musical. Pero GT cayó después de que completasen su trabajo, así que se hundieron y nunca llegó a ver la luz. Pero luego, estaba dando una vuelta por la ciudad con unos amigos, y dijo que sería capaz de darme una paliza en *Quake*. Sus amigos le preguntaron: '¿quieres jugar contra él?' Y ella dijo: '¡Oh, sí!' Así que me llamaron y dije: 'Traedla a la oficina inmediatamente'. En nuestro primer enfrentamiento, le gané dos partidas a una: ella ganó una partida, y eso era algo impresionante, así que le monté una página web. Dos semanas después, quiso la revancha, y me ganó dos a una. Así se hizo famosa".



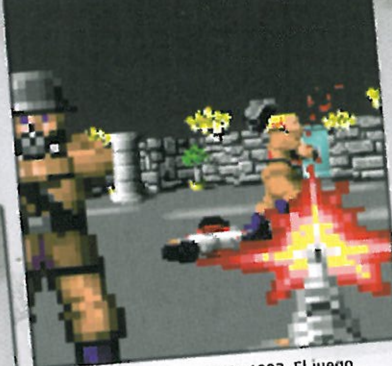
Romero junto con su mujer Rhaluka frente a las oficinas de Slipgate Ironworks en San Francisco, año 2006.

## ROMERO SOBRE... OTROS SHOOTERS EN PRIMERA PERSONA

"Creía que los juegos que salieron después de Doom eran increíbles. Una de las principales razones por las que quería que Raven hiciese *Heretic* era porque quería jugar a más shooters; ¡no sólo a los nuestros! Así que cuando salió *Duke Nukem 3D*, ardía en deseos de jugarlo. Me encantaba. Me gustó tanto que seguí escuchando su banda sonora todos los días durante años. En cuanto a los shooters actuales, me encantan los juegos de Valve. Es posible que vuelva a hacer shooters algún día. Hacia el final del desarrollo de *Daikatana*, como un año antes de que cerrase Ion Dallas, estaba trabajando en un diseño para un nuevo tipo de shooter llamado *Game X*. Básicamente, se parecía a *Guild Wars* en estructura: tenías una zona común, pero se trataba de niveles independientes. Era un diseño muy interesante, así que sí, me veo trabajando en otro FPS".



Con Tom Hall y Warren Deus Ex Spector, en Ion Store, a finales del año 1999.



Wolfenstein 3D, en mayo de 1992. El juego acabó llegando a todas las plataformas posibles, desde 3DO hasta GBA.



En las oficinas de id, donde Carmack llevó una vez un hacha de batalla a puerta cerrada, rockandrolleando con Shawn Green.



## ROMERO SOBRE... REDUCIR EL TAMAÑO

"Quería hacer juegos portátiles y para móviles porque era un mercado en plena ebullición. Y me entusiasmaba el PocketPC. Stevie y yo queríamos fundar una nueva empresa juntos, porque siempre habíamos sido Tom Hall y yo. Ah, y porque en Ion Storm, no pude programar nada. Cinco años y medio de mi vida, y cuando llego a Ion, no programo ni una línea. Quería hacerlo al 100%, dedicarme todo el día a programar. En toda mi carrera como desarrollador, creo que donde mejor me lo pasé fue en Monkeystone".

algo así. Así que dijimos: '¿y si hacemos algo diferente?' El futuro se basa en el progreso, y la religión y el demonio y Dios y todo eso es tan... anticuado, así que dijimos, '¿qué pasaría si llegas al espacio y resulta que es cierto? ¿Qué pasaría si te encontrases con el infierno? ¡¿No sería una locura?!' Eran polos completamente opuestos", dice Romero.

Los jugadores acogieron esta yuxtaposición con un ardor que eclipsó por completo el éxito de *Wolfenstein*. Cuando tuvo lugar el estreno de *Doom* en diciembre de 1993, la demanda era tal que el FTP de la Universidad de Wisconsin en el que estaba el juego acabó cayéndose. Se convirtió en un fenómeno de la cultura pop a nivel mundial. Lógicamente, el nuevo proyecto de id estaba envuelto en un ambiente de mucha presión. Romero no quería hacer otra secuela de *Doom* (su límite sería *Doom II*, en 1994), así que empezó a trabajar en un diseño diferente. ¿Su nombre? *Quake*. Sin embargo, el ambicioso plan de Romero acabó siendo rechazado cuando el desarrollo ya estaba iniciado y se estancó. Carmack dio una nueva orden: rehacer *Doom*. A Romero le dolió que su compañía (la cual siempre intentaba hacer cosas nuevas, dice) se volviese en su contra. Entonces, decidió que tras terminar *Quake*, dejaría id Software y fundaría su propio estudio.

En cuanto *Quake* llegó a las estanterías el 22 de junio de 1996, despidieron a Romero antes de que él mismo pudiese presentar su dimisión.

**Esto no le** afectaría, y Romero fundó Ion Storm en noviembre de aquel año. En 1997, trasladaría Ion al codiciado ático de la Torre JPMorgan Chase, en Dallas. Tras haberse pasado la primera mitad de los 90 en las grises oficinas de id, Romero quería algo de lujo, es decir, las ostentosas oficinas en dicho ático como nuevo hogar de Ion. "Estaba cansado de trabajar en una oficina de paredes grises. Teníamos un montón de dinero en id y estábamos en una oficina oscura. Era ridículo", asegura.

Semejante gasto le supuso a Ion bastante publicidad en la época. Pero la opinión pública cambiaría a decepción cuando el primer lanzamiento de Ion, *Dominion*, fue un fracaso de crítica. La obra magna de Romero, *Daikatana*, se convirtió en uno de los ciclos de desarrollo más prolongados de la historia de los videojuegos; y cuando llegó al mercado en septiembre de 2000, sus malas ventas y reputación supusieron el fin de las oficinas de Ion en Dallas. La credibilidad de Romero en la industria empezaba a tambalearse.

Pese al ridículo de Romero del que hablaba la prensa, él mantiene que el desastre de Ion Storm no fue culpa suya. "Mi mayor error han sido los cofundadores que tuve al principio, aparte de Tom Hall. Todo lo que ocurrió después fue consecuencia de ello. No puedo hablar de ese tema, dado que tuve que firmar un contrato para no desvelarlo, pero aquellas personas lo estropearon todo".

Mientras que Romero se enfrentaba a su época post-Ion, el resto del mundo estaba pendiente de *Doom*. ¿Por qué? A las 11:19 am. del 20 de abril de 1999, los estudiantes Eric Harris y Dylan Klebold llegaron al instituto de Columbine y asesinaron a 13



**"TENÍAMOS UN MONTÓN DE DINERO EN ID Y ESTÁBAMOS EN UNA OFICINA OSCURA Y GRIS. ERA RIDÍCULO"**

estudiantes, hirieron a 24 y, al final, se suicidaron. El evento se conocería como la Masacre del Instituto Columbine. Tanto Harris como Klebold eran aficionados a *Doom*, y habían creado sus propios niveles para el juego. La locura de la prensa en torno a este suceso llevó a que algunos observadores echasen la culpa a *Doom* y a su mensaje psicópata. Los padres de varias de las víctimas presentaron demandas, desestimadas, contra id Software y otras empresas de desarrollo y distribución, y la propia masacre ha estado presente en todo debate posterior sobre la "violencia en los videojuegos".

Sobre si los juegos violentos pueden inducir comportamientos violentos, Romero dice: "Es posible que puedan, si la persona que juega a dicho título violento tiene algún tipo de problema. Es como ver *Rocky*: si quieres salir del cine y empezar a pegarle a la gente en la cara, ¿de quién es la culpa, tuya o de la película? Si no sabes discernir, no te metas en ello".

Pese a su aparente indiferencia ante el tema (por no hablar del fracaso de *Daikatana)*, Romero necesitaba un cambio. Así que se trasladó al campo más pequeño del desarrollo para portátiles al fundar Monkeystone Games, con Tom Hall y su novia Stevie Case. Así, tuvo la oportunidad de hacer algo que no había hecho desde que fundó Ion: escribir código. Pero cuando Romero cortó con Case ("acabamos bastante mal, y pasé una temporada muy deprimido"), decidió que era la hora de abandonar Dallas. Acabó trabajando para Midwan en *Gauntlet: Seven Sorrows* en Chicago. Sin embargo, por culpa de horarios, la producción tuvo que reestructurarse, y le pidieron a Romero que se fuese. Lógicamente, el resultado no fue espectacular, y en algunos ámbitos acusaron injustamente a Romero de lo mediocre del juego, pese a lo poco involucrado que estuvo con el producto final.

Afortunadamente, tenía alguien con quien compartir la carga. Una conocida de Internet de Romero desde 2001, Raluca Plesca, se convirtió en una fuente de consuelo tras su ruptura con Case. Pronto, se darían cuenta de que sentían algo el uno por el otro, y Romero viajó a Rumanía para verla por primera vez en 2003. Poco después, en 2004, se casaron. "Generalmente –bromea–, cuando tienes uno de estos encuentros, suele acabar en decepción. Pero cuando la conocí en persona, superó con creces todas las fotos y todo lo que pude haber visto de ella. Estaba asombrado".

Ahora, ubicado en San Francisco, Romero ha creado Slipgate Ironworks, la misteriosa empresa de la cual creemos que está trabajando en un MMO que romperá todos nuestros esquemas sobre lo que pensamos que puede ser un MMO. Tal vez, para evitar comparaciones con el hype creado en torno a *Daikatana*, Romero ha mandado que se evite todo goteo de información, y admite que tampoco quiere que otras empresas roben las ideas de Slipgate. No obstante, su regreso a los productos de Apple (intenta no volver a tocar Windows nunca más) parece un indicio de que el juego no llegará a los PC. Aunque, obviamente, todavía no se ha dicho nada al respecto. Eso sí, dicen que si dejas de molestarle con el tema, te dará un poco de acondicionador.

# SUSCRÍBETE AHORA A

# EDGE®




## CON UNA GRAN OFERTA

*** Cada número te costará sólo 2.95€ en lugar de 3.90€**

- * Paga cada tres meses 8.85€ (2.95€ por ejemplar)
- * Estarás a cubierto de cualquier subida de precio
- * Recibirás la revista en tu domicilio que podrás cambiar con un simple aviso
- * Igualmente podrás cancelar tu suscripción cuando lo desees comunicándolo por teléfono, carta o e-mail.
- * Te reenviamos, sin cargo, cualquier ejemplar extraviado.



(OFERTA VÁLIDA ÚNICAMENTE PARA ESPAÑA)

### SÍ, DESEO SUSCRIBIRME A EDGE

Pagando cada tres meses 8.85 € (2.95 € por ejemplar). La suscripción afectará a los números publicados a partir del momento en que se haga y estará vigente hasta que decidas suspenderla mediante comunicación por cualquier medio.

**DATOS PERSONALES**

Nombre: Apellidos:

Calle: Nº: Piso: Puerta: Escalera:

C.P.: Población: Provincia: País:

Tel.: NIF: E-mail:

**DOMICILIACIÓN BANCARIA**

Titular: Entidad: Oficina:

DC: Número de cuenta:

RUEGO ATIENDAN LOS RECIBOS TRIMESTRALES POR 8,85 € QUE LES PRESENTE GLOBUS COMUNICACIÓN S.A., EN CONCEPTO DE SUSCRIPCIÓN A EDGE

FECHA FIRMA DEL TITULAR

ED-01029

**CON TARJETA DE CRÉDITO**

VISA:

Fecha de caducidad:

El tratamiento informático de tus datos responde a las normas de la Agencia de protección de datos y, por lo tanto, puedes acceder a ellos para revisarlos y/o modificarlos. Si no deseas recibir información comercial de otras empresas, marca aquí con una cruz.

## CÓMO SUSCRIBIRTE

- * Por teléfono: 91 446 52 54 y 91 446 52 55
- * Por e-mail: suscripciones@globuscom.es
- * Por fax o correo: fotocopia o recorta este boletín, cumplimentado con tus datos, y envíalo al número de fax 91 445 60 03 o 91 447 10 43 o por correo a Globus Comunicación. Dpto. de suscripciones. C/ Covarrubias, 1–2º dcha. 28010 Madrid.

# Nuevo

Todo sobre los últimos juegos que han salido













## Los + jugados de Edge

### Virtua Fighter 5




**Olvidamos todas esas derrotas en *Live*, cuando engañamos a Akira con unos pasos atrás antes de dar el golpe de efecto para ganar.**
360, PS3, SEGA

### Resident Evil 4 Wii Edition



**Puede que unos días en un piso de Amsterdam, con esos adorables Ganados y el mejorado sistema de control del mando de Wii sean las mejores vacaciones.**
WII, CAPCOM

### Civilization Revolution



**Nuestro consejo: juega como los rusos. Parece que Catherine de Buxom ofrece ciertas ventajas en multijugador. Sus encantos son su gran baza diplomática.**
360, PS3, 2KGAMES

## La piedra filosofal

¿Es la vuelta a los clásicos un signo de madurez?



Capcom no se corta a la hora de relanzar viejas franquicias: *Bionic Commando Rearmed, 1942: Joint Strike, Commando 3: Wolf of the Battlefield, Megaman 9* y *Super Street Fighter II Turbo HD Remix* son sólo ejemplos de una línea que cada vez se encuentra en mayor expansión.

Es difícil echar un vistazo a las últimas reviews de Edge sin encontrarnos con algún remake, un relanzamiento o una revisión de un juego antiguo. En algunos casos, no son más que ports, con una mayor resolución o un traje extra. Otros, son casi juegos nuevos, su material transformado en algo que no se parece en nada a sus originales. La mayoría, claro está, se queda en algún lugar de en medio.

Es muy fácil decir que estos juegos son una manera barata de hacer dinero, pero en muchos casos se hacen desde cero. Obviamente, las casas esperan que la marca sirva para vender algunas unidades, pero hay algo más en todo esto. La cosa es, (¡y cuántas veces habrás oído esto ya!) que si hablamos de juegos en 2D, no hay mucho más que se pueda hacer con el hardware actual, ya sea en Xbox 360, PC, PS3 o Wii.

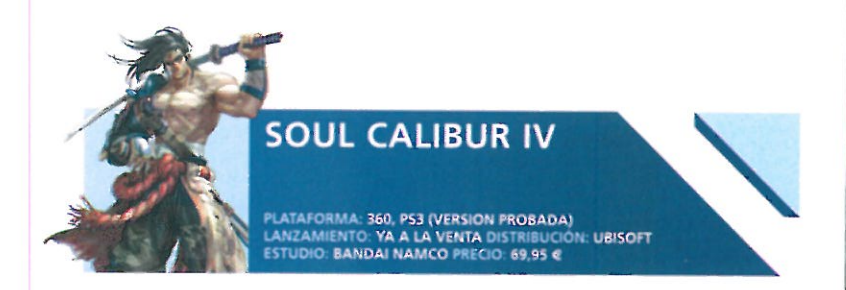
Se podría decir que lo que muchos de estos remakes esperan (y consiguen), es ser la versión definitiva de su original. Y tiene sentido: ¿se necesitará otro *Bionic Commando* después de *Bionic Commando Rearmed?* ¿Será *Rearmed* revisado alguna vez? Y dentro de 20 años, cuando alguien oiga hablar sobre una mecánica de juego genial pero subestimada en un juego de Capcom, ¿elegirá el original o el remake?

Por supuesto Capcom ha tenido éxitos y fracasos en este campo: *1942* perdió mucho de lo que le hacía extraordinario al pasarlo a la gran pantalla, pero el *Resident Evil* de GameCube fue un gran éxito. En algunos casos, los remakes se merecen reemplazar a sus originales, y por mucho que se ponga el grito en el cielo, son los remakes los que la gente recuerda.

Esto te hace pensar más allá: quizá dentro de algunas décadas sólo algunos viejos pirados piensen en la SNES cuando se mencione el *Street Fighter II,* ya que los pretenciosos e ignorantes de entonces sólo conocerán el juego de lucha de Capcom en su versión *SSFIITHDR*.

¿Y por qué no? Aquellos que se burlan de los remakes y los tachan de imitaciones sufren de nostalgia. Es importante saber de dónde se viene, tal y como lo hace la estética del inminente *Mega Man 9,* pero también lo es darse cuenta de que estamos en el presente.

Sistema de puntuación de **EDGE:** 1 = uno, 2 = dos, 3 = tres, 4 = cuatro, 5 = cinco, 6 = seis, 7 = siete, 8 = ocho, 9 = nueve, 10 = diez.



# SOUL CALIBUR IV

PLATAFORMA: 360, PS3 (VERSION PROBADA)
LANZAMIENTO: YA A LA VENTA DISTRIBUCIÓN: UBISOFT
ESTUDIO: BANDAI NAMCO PRECIO: 69,95 €




Las pequeñas zonas sin barreras en los escenarios ofrecen una ventaja importante a los luchadores más grandes, permitiéndoles empujar a sus oponentes fuera del ring para obtener una victoria barata.





Sólo hay dos caminos para escoger a la hora de crear personajes: utilizar los sets de ropa predefinidos o atentar contra la estética y, con su carencia (de estética), humillar a tus oponentes caidos.

Tal y como le pasa a esos hijos pequeños que viven en una familia con un admirable hermano mayor (empollón, deportista...) y otro menor al estilo rebelde pero guaperas (melena, malas notas...), *Soul Calibur* no parece saber a cuál de los dos quiere parecerse. Por un lado está *Virtua Fighter,* hogar de los agarres y de los infames rodillazos de Akira, tan perfecto técnicamente que levanta las admiraciones unánimes de todo el que que lo prueba. En el otro lado, *Tekken,* un título que rellena sus listas de personajes con canguros, osos bailongos y en cuya sexta entrega ya nos amenazan con un peinado de dos metros para Paul Phoenix.

**Es una historia de espadas y almas en la que todos mantienen su dignidad, hasta que les quitas la armadura y luchan en paños menores**

*Soul Calibur* tiene que definirse entre ambas posiciones, y conjuga mejoras técnicas al mismo tiempo que físicas imposibles para pechos femeninos. Es una historia de espadas y almas en la que todos mantienen su dignidad, hasta que les quitas la armadura y luchan en paños menores. Aunque parezca mentira, la desnudez parcial tiene un propósito más allá de lo estético. Junto a la barra habitual de salud, cada personaje tiene otra denominada Soul Gauge, la cual va pasando de azul a rojo según el personaje en cuestión bloquee los ataques sin contraatacar. Una vez llena, el siguiente impacto que provoque su arma romperá en pedazos el casco, peto o los mismos pantalones del adversario, haciendo que los golpes que se den en ese lugar provoquen daños mayores. Pero hay más: si el agresor es capaz de pulsar todos los botones (o L1, según la configuración) en el instante preciso del golpe, la pantalla se oscurece como la de un Fatality y se declara la victoria en favor del susodicho por Critical Finish. Es una buena adición que revuelve la jugabilidad tradicional de la serie, aunque acabará resultando en victorias semi-automáticas para los jugadores más experimentados. Los que no sean tan hábiles con el mando no notarán diferencia alguna, ya que *Soul Calibur* no es un juego diseñado para estar todo el tiempo cubriéndose sin atacar. Y, en un nivel medio de destreza, la añadidura en cuestión tendrá el efecto deseado por los diseñadores: se puede bloquear, vale, pero no convertirse en una tortuga de caparazón invulnerable.

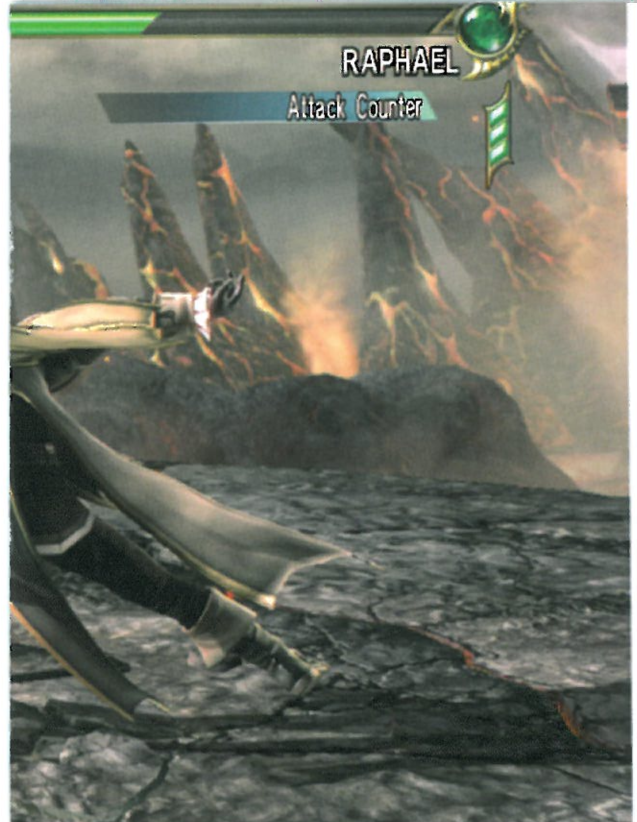
*Soul Calibur* ha sido de siempre un título de atacar y en esta entrega alcanza el equilibrio que una lucha real de espadas tendría en términos de velocidad. Las batallas tienen ciertamente un ritmo más excitante, gracias a las virguerías que son capaces de hacer las máquinas actuales, e incluso mola ver cómo




En la parte de la Torre De Las Almas Perdidas, durante los combates de tres contra tres, se hace más dolorosa la ausencia de un modo para cuatro jugadores en tag-team.








Lamentablemente, los Critical Finish no siempre son tan espectaculares. Desde luego no provocan la misma sensación que los ultra de *Street Fighter* o las muertes instantáneas de *Guilty Gear.*




Vader tiene algunos movimientos que fliparán a sus fans, como el impacto de la Fuerza, el lanzamiento de sable láser y un agarre alto como con el que tiró al abismo al Emperador en El Retorno Del Jedi.





Ashlotte, la chica del reloj, es el personaje mejor diseñado de los extras. Lo ha creado Ito Ogure, conocido también como Oh! Great, que también participó en el diseño de los trajes del modo creación de personajes en *Tekken 5.*

los personajes retroceden por la inercia al bloquear un golpe. Los rediseñados escenarios hacen del Ring Out un factor decisivo, frustrante para la víctima y exultante para el que consigue hacérselo al rival. El movimiento de esquive multidireccional marca de la casa se mantiene como una parte esencial, pero los agarres son más sencillos de devolver, por lo que los personajes con menor agilidad mantienen un punto de esperanza.

Estrictamente hablando, sólo hay dos nuevas incorporaciones a la lista de héroes (o villanos): el jefe Algol y la alabardera Hilde; sin embargo, Cassandra (hermana de Sophitia) y Amy (hija adoptiva de Raphael) han sido rediseñadas de tal manera que casi son nuevos personajes. Las habilidades con la espada corta y la lanza de Hilde la convierten en un gran rival para la estrellita de Kilik, mientras Algol rompe la tradición de super enemigos llevando una pistola a un duelo de espadas y consiguiendo que no parezca fuera de lugar.

Cinco nuevos personajes, cada uno diseñado por un renombrado dibujante de anime, proveen de subjefes al modo historia, si bien como lastre calcan movimientos de otros luchadores. Por último, no se puede dejar de mencionar a Vader y su aprendiz, que encajan mucho mejor en este universo antes que Spawn, Necrid o Link. Según la *preview* que hemos visto de 360, controlar a Yoda es más complicado, y no será difícil ignorar a este trío si no nos gusta Star Wars. De hecho, ninguno aparece en La Torre De Las Almas Perdidas, el desafío que sustituye al anterior Cuentos De Almas. Con un equipo de luchadores controlados por el jugador, iremos enfrentándonos a oponentes customizados cuyas habilidades varían desde lo simple, con una barra de energía más grande o que provocan mayor daño, hasta lo descabellado, devolviendo todos los ataques, por ejemplo. Las posibles combinaciones tácticas hacen del juego en solitario una experiencia sumamente adictiva, aún cuando el auténtico propósito es el de servir como aperitivo para el modo Special Versus, donde dos jugadores pueden maquear a personajes únicos para que luchen entre sí.

En vez de emperrarse en una precisión suiza en sus luchas, o bien recurrir al burdo truco de "me meto un tortazo con la piel de un plátano", el título de Bandai Namco encuentra su sitio en el mundo ocupando un lugar intermedio, mejorando en sus puntos fuertes y apilando toneladas de contenido adicional para deguste de sus incondicionales. Es improbable reclutar nuevos seguidores con el actual estilo jugable, pero para eso están ahí Darth Vader y sus ridículos compañeros. Seguro que aumenta su valor a través de los combates online, pero habrá que ver cómo queda tras su lucha con *Street Fighter IV.* **[8]**

## En guardia

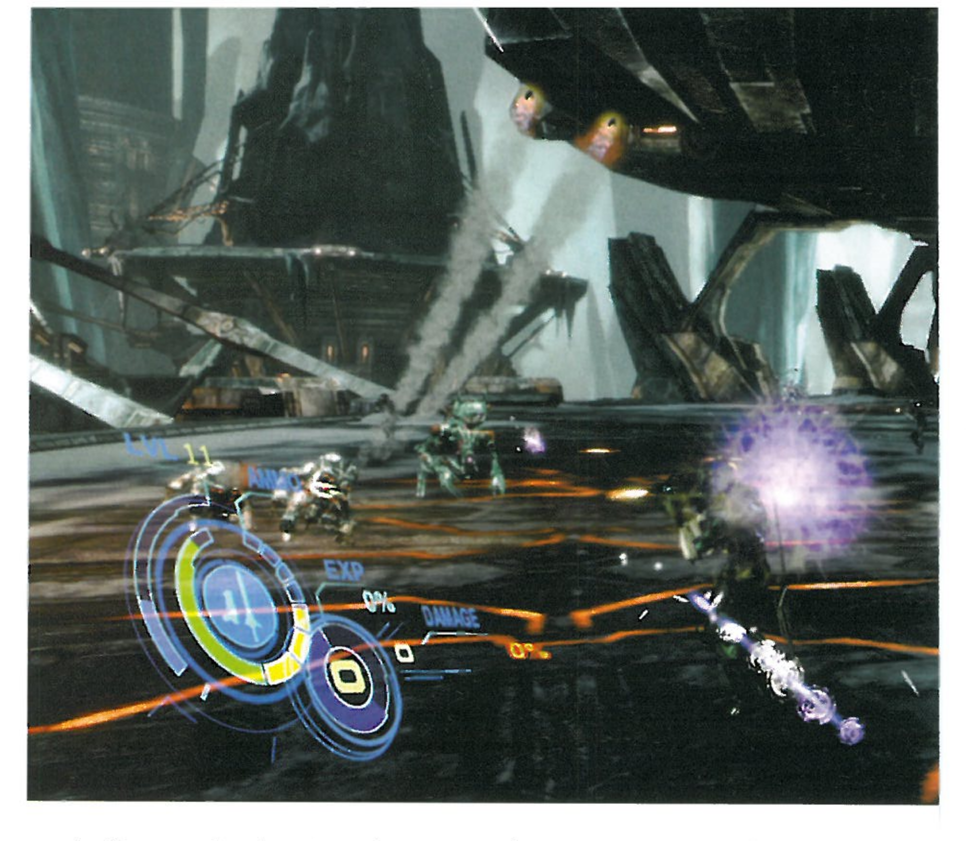


**Una de las adiciones de *Soul Calibur IV* es la ampliación del modo de creación de personajes. Cada esquema corporal se puede adaptar a un estilo de lucha, por lo que hacer versiones femeninas de Astaroth o Voldo nunca se va a pasar de moda. Otro cantar es la versión masculina de Ivy. Las opciones de personalización son enormes gracias a los objetos que parecen sacados de una concentración de cosplayers en el parque tokiota de Harajuku. También podemos añadir puntos extra de salud, daño u otras habilidades, haciendo que cada personaje sea único. Los fans de Star Wars echarán de menos no poder maquillar a Vader, con lo que no queda opción para hacer un Qui-Gon Jinn casero.**



# TOO HUMAN

PLATAFORMA: 360 LANZAMIENTO: 29 DE AGOSTO PRECIO: 65 €
DISTRIBUCIÓN: MICROSOFT ESTUDIO: SILICON KNIGHTS






Los árboles de habilidades esconden grandes sorpresas. El problema radicará en llegar a descubrirlas, ya que en una sola partida no será posible descubrirlo todo, sobre todo porque hay demasiadas cosas por investigar. Eso sí, llegar hasta el final de los árboles tendrá su recompensa.

Tras numerosos retrasos, por fin *Too Human* llega al mercado. Su agitado proceso de desarrollo, que le ha llevado a visitar distintas plataformas antes de anidar en Xbox 360, ha dejado una huella difícil de borrar en algunos aspectos esenciales. Aunque esto lastra un tanto la obra de Silicon Knights, hay que reconocerle la virtud de dejar un buen sabor de boca. Eso sí: para disfrutar de esta epopeya en condiciones, es necesario pasar por un duro proceso de adaptación a todos los elementos del disco.

Lejos del patrimonio del PC, no son muchos los títulos al estilo del exitoso Diablo; con *Too Human,* Silicon Knights acerca a un nuevo público las excelencias de este tipo de juegos. El principal problema radica en encontrar el sustituto ideal para el ratón, que en la primera toma de contacto no parece que pueda serlo el stick analógico derecho del mando de la 360, que se emplea para controlar el arma de ataque cuerpo a cuerpo. Adaptarse a este sistema de control requiere tiempo y unas cuantas horas de práctica. Las primeras hordas de enemigo harán leña de los usuarios novatos mientras intentan acertar sus golpes; pero una vez superado el proceso de aprendizaje, se esconde un sistema de combos muy natural y dinámico, lleno de posibilidades. No todo el peso recaerá sobre este stick, ya que las armas de fuego se utilizarán con los gatillos, y serán una solución bastante recurrida para los enfrentamientos más complejos.



**Su espectacular ambientación y su excelente argumento chocan con un sistema de control poco agradecido en sus inicios**

El peso del combate se hace notar desde el principio del juego, donde el usuario se verá arrojado directamente a una misión, en la que pronto empezarán a atacarle diversas criaturas. Como buen 'hack and slash', los enemigos atacan en oleadas muy numerosas, y gran parte del título se basa en acabar con ellas. La monotonía puede aparecer, al repetir combos similares una y otra vez, sin un plantel de enemigos ni un listado de localizaciones tan profundos como los de Diablo.

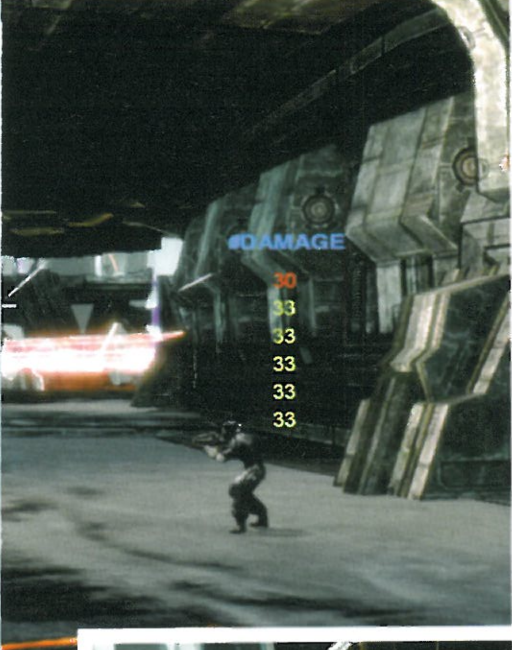
Otro de sus principales problemas es en la escasez de escenarios, con tan sólo cuatro grandes niveles. Sus dimensiones serán más que considerables, pero pese a las ligeras variaciones en los pasillos, al final acaban potenciando la monotonía antes mencionada.

Si de esto dependiese, *Too Human* sería del montón, sin destacar demasiado en el catálogo de la 360. Sobre todo porque, a nivel técnico, sólo alcanza el mínimo exigible. Los personajes, tanto amigos como enemigos, están muy bien definidos, pero sus reducidas dimensiones provocan el caos en más de una ocasión, principalmente por el exceso de elementos a la vez. No resultan raras las ocasiones en las que el personaje ve disminuir su barra de energía sin saber de dónde provienen los ataques. Por eso mismo, se encontrará una y otra vez con la valkiria, que vendrá a




En los últimos compases, el plantel de enemigos cambiará drásticamente y la dificultad aumentará. El esfuerzo merecerá la pena, ya que el premio final serán unas secuencias argumentales asombrosas.






Es innegable el encanto del cooperativo online. Se nota que está pensado para disfrutar de él, sobre todo por los numerosos enemigos que asaltarán a Baldur.





Una de las principales opciones de personalización del personaje pasará por la enfermería de la ciudad principal del juego. En ella se podrán modificar diversos elementos del aspecto de Baldur, como armaduras, botas, hombreras y armas, entre otros. Por otro lado, los escenarios están detallados, pero se antojan demasiado extensos.




reclamar su cuerpo tras la muerte. Es tan habitual esta secuencia que hasta está premiada con un logro tras sucumbir un centenar de veces a las huestes enemigas.

Pero la obra de Silicon Knights destaca en otros aspectos. Su planteamiento argumental es una de esas fórmulas que, por defecto, parecerían estar destinadas al fracaso; pero, sorprendentemente, no es el caso. Mitología nórdica, alta tecnología cibernética y algunas nociones del superhombre de Nietzsche se fusionan en una de las líneas argumentales más sólidas que se han visto en videojuego alguno. Todos estos elementos, tan dispares entre sí, fluyen a un ritmo excelente, sin renunciar ni por un solo momento a sus características particulares; la cuidada narrativa premia la fidelidad con secuencias que se intercalarán entre distintos puntos de la aventura, que aumentan el interés del usuario y le incitan a seguir adelante.

Otro punto en el que *Too Human* brilla con luz propia es a la hora de crear los personajes. Además de poder elegir distintos elementos de la armadura, así como las armas, es posible seleccionar entre seis clases distintas, cuya evolución y características serán completamente diferentes, además de contar cada una con un árbol de habilidades particular. Las grandes magias no estarán disponibles hasta llegar al final de los mismos, pero debido a la escasa duración del título (unas 10-12 horas, por debajo de lo que se espera del género), lo más normal es llegar al final sin explorar más allá de la mitad del árbol; aunque, eso sí, es posible redistribuir los puntos para eliminar una rama no deseada y avanzar por otra. Para alcanzar el máximo nivel del personaje, sin tener que volver a disfrutar de toda la aventura en solitario, está la posibilidad de disfrutar del cooperativo online: lejos de ser el modo para cuatro que se llegó a prometer, es un añadido muy interesante que introduce a dos usuarios directamente en la acción, eliminando toda carga argumental.




Las armas de fuego son más efectivas que el cuerpo a cuerpo contra los grandes enemigos. Contra grandes oleadas de enemigos, lo mejor es utilizar las habilidades para el combate y desatar llamativos combos.

Pese a sus defectos, resulta un título bastante atractivo; su espectacular ambientación y su excelente argumento facilitan la compleja adaptación inicial a su sistema de control. Después, se esconde un gran juego al que se le pueden perdonar sus defectos; pero, precisamente por esa labor arqueológica, no es un título apto para todos. Una vez superada la prueba inicial, esperan en el futuro dos prometedoras entregas cargadas de acción y emociones. **[6]**

## Interfaz hombre-máquina



***Too Human* narra la historia de cómo la humanidad ha evolucionado gracias a la biomecánica, mejorando los cuerpos gracias a implantes que potencian las habilidades. Los dioses recurren mucho a estas técnicas, y el protagonista se ve repudiado por rechazarlas, siendo así "demasiado humano" (en un momento de la aventura, se podrá optar por seguir la rama humana o la rama tecnológica). La gran paradoja radica en los oponentes a los que los dioses se enfrentan en esta guerra: máquinas que atacan a las personas con la intención de conseguir elementos orgánicos para ser más humanas. Los dilemas filosóficos y las decisiones morales estarán a la orden del día.**



# SIREN: BLOOD CURSE EPISODIOS 1-3

PLATAFORMA: PS3 LANZAMIENTO: YA EN PS NETWORK
PRODUCCIÓN: SCE ESTUDIO: INTERNO DISTRIBUCIÓN: ONLINE





Aunque el combate es generalmente tosco, los personajes de *Blood Curse* incluyen varios grados de habilidades en la lucha. Howard está seguro con una guadaña o una azada, pero con otros personajes encontraremos un game over automático, como cuando la joven Bella entra en contacto con cualquier Shibito.

Los planes iniciales de Sony pasaban por ofrecer un capítulo nuevo cada semana con la esperanza de cautivar al jugador al más puro estilo de las series de televisión gracias a su siniestro guión. Pero había un error. El primer episodio, que contiene el núcleo del juego, tarda más en descargarse que en completarse (15 minutos). Sabiamente, Sony decidió que ésta no era manera de captar público y decidió agrupar los 12 capítulos de tres en tres, planteados en una línea similar a la de *Lost,* conectando diferentes personajes y situaciones al principio y al final de cada nivel.

*Remake* quizás no es la mejor forma de describir la relación entre *Blood Curse* y el *Siren* original. El concepto central es el mismo: el jugador se encuentra en la aldea japonesa en la que una maldición transforma a sus lugareños en zombies llamados Shibito, y la historia aparece prácticamente sin cambios. Es más llamativo incluso que el título original en Japón sea *Siren: New Translation,* porque la diferencia más grande con respecto al original es que, como sucede con muchas películas de terror nipón, de *Siren* se ha hecho una nueva versión al estilo americano.







Los Shibito dan miedo mirándolos desde fuera y más aún desde dentro: mientras ves desde sus ojos escuchas su respiración con estertores (en las mujeres) o los sonidos guturales (de los hombres) en un tormento incesante para tus oídos y pulsaciones.



Para aquellos que recuerden las intrincadas conexiones de la historia original, la decisión de dotarle de atractivo para los jugadores occidentales insertando a personajes que hablan inglés, les parecerá perfectamente lógica. Pero, a la vez, esto pasa cierta factura, con unas convulsiones poco creíbles en el guión para situar a tantos extranjeros en una remota aldea japonesa y en plena noche. Esto queda explicado en la secuencia de introducción: llega un equipo de rodaje del programa *Historias paranormales* de la televisión americana, el ex-marido de la presentadora con su joven hija, y una estudiante de instituto norteamericana, con la providencia de interrumpir un sacrificio ritual cuando todo está a punto.



**Un survival horror no necesita ser totalmente transparente en su guión, mientras éste se perciba como aterrador, y ese es absolutamente el caso**

La explicación es mínima. La progresión a través de los episodios conlleva recolectar varios ítems y objetos que pueden examinarse mediante el archivo y que arrojan luz sobre la historia que se va construyendo de fondo, pero después de tres episodios, todo sigue siendo un misterio. A pesar de ello, tiene éxito en estos inicios. Como en *Silent Hill,* la ópera prima del productor del juego, Keiichiro Toyama, un survival horror no necesita ser totalmente transparente en su guión, mientras éste se perciba como aterrador, y ese es el caso. Mucho de ese efecto se genera gracias a una casi impenetrable oscuridad. El control recae en el jugador como uno de los personajes escapando de un Shibito policía en una carretera desierta. La ruta a la seguridad está totalmente oculta y es invisible por la ausencia de luz; se fuerza así al jugador a correr entre tinieblas, rezando para alcanzar la ruta de escape y no caer en las garras del despiadado policía.

Como en todo survival de horror clásico, la pistola es efectiva contra enemigos sobrenaturales. Pero la munición es escasa y el estrés de administrar recursos es casi peor que el que aporta el juego.





Mientras que el stick analógico controla el movimiento, el derecho maneja la luz. Es útil a veces, pero en la linterna pone de los nervios, proyectando sombras que oscurecen la ya de por sí reducida visión.



No es sólo la oscuridad que enmascara la percepción. Al igual que *Silent Hill* y *Resident Evil* han hecho en el pasado, *Blood Curse* logra asustar obstruyendo parcialmente nuestros sentidos. El juego es visualmente fuerte, con localizaciones depresivas y bien retratadas con texturas ensangrentadas, objetos que dejan notar la tragedia que ha pasado frente a ellos y personajes realistas. Pero al jugar contra la fidelidad de las imágenes y la marcha hacia el horizonte de la alta definición, esta oscuridad acaba siendo un halo de pelusilla estático por toda la pantalla.

También aportan terror los controles, que son bastante rígidos y que, seguramente, podían haberse mejorado. En lugar del ahora omnipresente manejo con los dos analógicos (izquierdo para moverse, derecho para la cámara), *Blood Curse* vuelve al viejo sistema de un analógico único, que hace las dos funciones a la vez. Está comprimido, pero es más efectivo subiendo la tensión: la visión periférica está limitada dado el esfuerzo que supone mirar de izquierda a derecha, y sin la habilidad para moverse en círculos o dar pasos laterales, girar en cada esquina es una prueba para los nervios. Cualquier cosa puede estar esperándonos. Acechar lentamente por los pasillos y puertas es la única forma de tener una oportunidad si por casualidad se presenta un Shibito en un subidón de pánico.

Y en su mayor parte, el combate es igualmente torpe. El enfrentamiento mano a mano es sinónimo de suicidio y las armas contundentes resultan erráticamente poco efectivas. Ahí es cuando se comprende que el juego se ha construido para que evites a los enemigos en lugar de confrontarlos. La marca de la casa la pone la habilidad que algunos personajes tienen para ver desde los ojos de los Shibito. Mientras que el juego sigue centrado en la atmósfera y estética, se hacen concesiones para dotarlo de un estilo más dinámico al permitir ver desde los ojos del enemigo y desplazarse utilizando la pantalla partida. Esto aumenta la emoción de la mecánica (descubrir si el Shibito que merodea cerca puede ver tu posición) al dotarla de movimiento. Esto queda perfectamente claro en un extraordinario tercer episodio, donde una joven debe escapar de un hospital infestado de zombies distrayéndolos, engañándolos, infiltrándose y escondiéndose de los Shibito que habitan las diversas plantas, gracias a su habilidad paranormal que le permite juzgar cuando debe correr, pararse o apagar la linterna que ilumina los rincones.

El segundo y tercer episodio duran alrededor de 40 minutos cada uno, y el bajo coste para este pack los dota de una buena relación calidad-precio. Asumiendo que la duración de los que quedan por ver se mantiene constante, el juego entero podría durar alrededor de ocho horas. El plan de Sony para el contenido episódico puede haber tenido sus errores iniciales, pero *Blood Curse* es un éxito contundente. **[8]**

El split screen introducido para compartir la visión Shibita y el movimiento añade ritmo, pero es esencialmente la misma mecánica del *Siren* original. No es solo hacer las cosas más fáciles, aunque lo hace, si no que cada perspectiva queda reducida a la mitad, añadiendo todavía más tensión y un reto considerable.





## El archivo



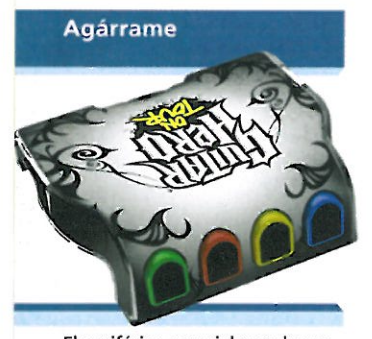
**El archivo incluye ítems como documentos de producción para el programa de televisión o el carnet de estudiante de Howard Wright. Una forma de añadir profundidad a los personajes y situaciones. Hay incluso pistas que se puede hallar mediante exploración, como la dirección del blog de Howard: *hw-biker.blog-paradise.com*. Una interesante manera de ampliar un juego claustrofóbico en espacio, aunque la continuidad de su historia sugiere que los creadores de *Siren* podrían haber encontrado un mejor equilibrio entre la información esencial y la irrelevante.**



# GUITAR HERO ON TOUR

PLATAFORMA: DS LANZAMIENTO: A LA VENTA PRECIO: 49,95€
DISTRIBUCIÓN: ACTIVISION ESTUDIO: VICARIOUS VISIONS

## Agárrame




El periférico especial para la ocasión (que se introduce por la ranura de GBA) es grueso, bonito y robusto. Tiene algunos problemas insalvables: aquellos con manos de pianista sufrirán dolores, y algunos consejos del tutorial son poco realistas, como el de coger la consola con el brazo estirado. Mancillas con relativa importancia que no borran la realidad de que el aparato está bien diseñado y construido.

En la lucha actual por conseguir en exclusiva artistas y álbumes para cada uno de sus respectivos juegos musicales, es dudable que Activision, Ea o incluso Konami hubiesen podido contar con los servicios melódicos de un clásico como Noël Coward. Si bien no encajaría en sus selecciones de temas, podría haber dado unos cuantos buenos consejos, como aquella cita suya sobre que "el triunfo me llevó a sus pechos como una maternal boa constrictor."

Puede que Activision no encuentre esta cita divertida, pese a que viendo las ventas iniciales de *Guitar Hero On Tour* seguro que le ha entrado la risa floja. Pero la actitud que están comenzando a tomar los seguidores de la franquicia estrella (aunque sólo sea en ventas) tiene menos que ver con el dinero que con la diversificación de un genial concepto original, el cual está explorando áreas en las que es arriesgado ser igual de eficiente. Este es más o menos el contexto en el que aparece *Guitar Hero On Tour,* un producto que todavía no se ha dado cuenta de la futilidad en pretender lo imposible: reducir *Guitar Hero* –el juego famoso por sus guitarras al estilo Chikilicuatre– para ajustarlo a un dispositivo portátil como la DS. Superficialmente, se podría decir que se queda muy cerca de su objetivo, gracias sobre todo a su periférico (detallado en el recuadro) y la adaptación especial del estilo genuino que ha hecho Vicarious Visions.




Aunque Noël Coward lleva muerto 35 años, de seguir componiendo podría haber hecho temas mejores que lo último de Ozzy Osbourne, en la lista de este *Guitar Hero.*




Si hablamos de sensaciones, todavía queda algo de magia: el interfaz no se ha modificado mucho, y en vez de stylus tenemos una púa-stylus que suple en parte la ausencia de una "Luciana" hecha y derecha (y prometo que es la penúltima referencia al Chiki-Chiki). En general, se ha mantenido el diseño original, con frases rockeras animándonos en momentos clave. Cuando empiezas a jugar, hay algunos puntos negros. En términos físicos, la interpretación sobre los punteos en la pantalla táctil no está del todo ajustada, ya que las distinciones entre toques individuales a veces se pierde, y la interpretación de lo que constituye un punteo rápido o bien un fallo real varía según la intensidad con la que pulsemos. La mayor parte del tiempo funciona bien, pero perder un combo cuando tú no has tenido la culpa de nada debería ser delito en un juego como *Guitar Hero.*

Lo peor viene en la parte musical: es inútil jugar sin auriculares, y sin embargo, con ellos nos damos cuenta de que las pistas de audio son, como mínimo, cutres. En un juego cuya razón de ser es la música, eso es todo un problema. Por ponerlo de otra manera: si en el juego de *Guitar Hero* te sientes como un idiota pulsando una guitarra de juguete (¿os viene alguien a la cabeza?) en vez de un dios del rock, es que se trata de un fracaso. Si eres nuevo en la serie, puede que te guste. Pero al contrario que sus hermanos mayores, con su tremendo valor rejugable, sería raro que te echases muchas partidas, porque, tanto por consideraciones técnicas como por lo alto que está el listón, este juego no es lo bastante bueno para su leyenda. **[4]**




Vicarious Visions, "visiones indirectas", le hubiese sentado como anillo al dedo si fuese su subtítulo.



# Música de su ordenador a cualquier habitación - sin cables.







Los sistemas en red de Denon le permiten disfrutar de las librerías musicales almacenadas en su ordenador o desde Internet Radio.

## Productos en red Denon

Receptor para cine en casa
**AVR-4308**



Sistema de Cine en Casa con dos altavoces
**S-302**



Sistema de Música inalámbrico
**S-52/S-32***



Base para iPod
**ASD-3W***



Para mas información, porfavor contacte con su distribuidor autorizado mas cercano.

Lleve la música y fotos (según modelo) de su ordenador o disco duro en red a cualquier habitación de la casa sin cables. Si además tiene conexión a Internet disfrutará de más de 7.000 emisoras de todo el mundo y de todas los estilos musicales gratis. Todo ello con la máxima calidad de sonido DENON.
Una de las compañías más respetadas en el mundo del Cine en Casa y audio.

www.denon-es.com

* iPod no incluido.
* iPod es una marca registrada de Apple Inc, registrada en USA y otros paises.
* El Logo Wi-Fi CERTIFIED es una certificación de Wi-Fi Alliance.

DENON







# BIONIC COMMANDO REARMED

PLATAFORMA: 360, PS3 (VERSIÓN ANALIZADA)
LANZAMIENTO: YA A LA VENTA PRODUCCIÓN: CAPCOM
ESTUDIO: GRIN/CAPCOM DISTRIBUCIÓN: ONLINE PRECIO: 800 PUNTOS

## Prácticamente sin brazo



**Los campamentos de la FSA, aliados de Spencer, están repartidos a lo largo del mapa y cada uno incluye una sala con retos -algunos de ellos se desbloquean entonces en el menú principal-. Presentados en un estilo reminiscente con los entrenamientos de realidad virtual, existen casi 50 en total, más los secretos que se deben encontrar en los niveles cuando completas ciertas tareas. Simples al principio, suben su complejidad y dificultad hasta lo amenazante, y con la adición de récords online para los mejores tiempos, éstos pueden durar más que la campaña.**

La primera media hora jugando a *Bionic Commando Rearmed* resulta frustrante, pero no es culpa del juego. ¿Por qué el protagonista no puede saltar por encima del barril? ¿Por qué no sube automáticamente al saliente? ¿Por qué no hace lo que debería?

Puedes echarle la culpa a Mario: son esos juegos que intentan copiarle los que proliferan en el género, algo bueno y malo a la vez, pero en base a ello hemos dado por sentadas ciertas habilidades del personaje. *Bionic Commando Rearmed* es tan fresco como lo fue el original hace 20 años: muchos títulos han usado un gancho en su jugabilidad, pero ninguno ha construido una experiencia total alrededor de esta habilidad.

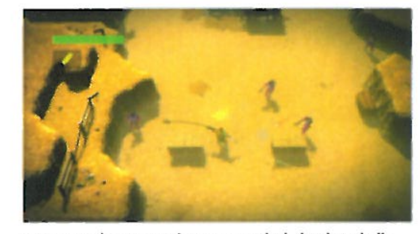
Lleva su tiempo hasta que te acostumbras, pero la recompensa posterior es tal que te hace olvidar de un plumazo esa media hora. El brazo de Nathan Spencer puede dispararse en diagonal, hacia adelante o hacia arriba, y desde estos cimientos tan básicos se construye, lentamente al principio, cómo escalar estructuras, salvar abismos o cruzar espacios cerrados. Dar tus primeros pasos puede resultar intimidatorio, pero una vez empiezas a entender que tus pies nunca más deberían tocar el suelo, el juego se transforma en un continuo balanceo mientras disparas.



**La historia ofrece algunas pistas de lo que se puede esperar de *Bionic Commando Rearmed*, pero la amenaza real es el retorno de los guionistas de Capcom: llamar a tus usuarios frikis puede no ser una buena idea.**

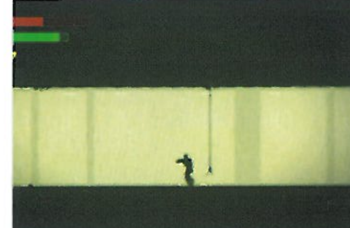
El diseño de niveles juega un papel importante, alternando entre combates más directos contra las fuerzas imperiales y retos basados en mantener el ritmo con el gancho. No hay ninguna localización que sea especialmente grande, pero sí está presente una reutilización bastante variada e inteligente en estos desafíos. Y en ese aspecto los niveles no han cambiado prácticamente nada desde la versión para NES, aparte de las secciones que explotan las nuevas habilidades.

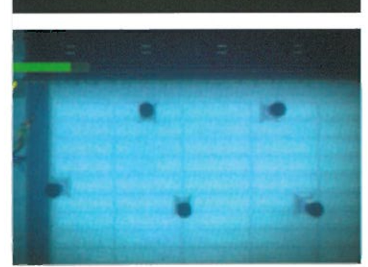
Junto al modo principal, también están presentes otros modos y retos que suponen añadidos significativos. Por encima de todos está el modo desafío -ver 'Prácticamente sin brazo'- pero las opciones multijugador le siguen muy de cerca. El modo cooperativo funciona muy bien, compartiendo vidas entre los jugadores y sin un cordón umbilical imaginario que mantenga a los dos en pantalla. Además, la Inteligencia Artificial de algunos enemigos sufre cambios para ajustarse a la experiencia doble. El *deathmatch* para cuatro no está mal implementado, aunque quizás no encaja en las habilidades tan bien como en el cooperativo.

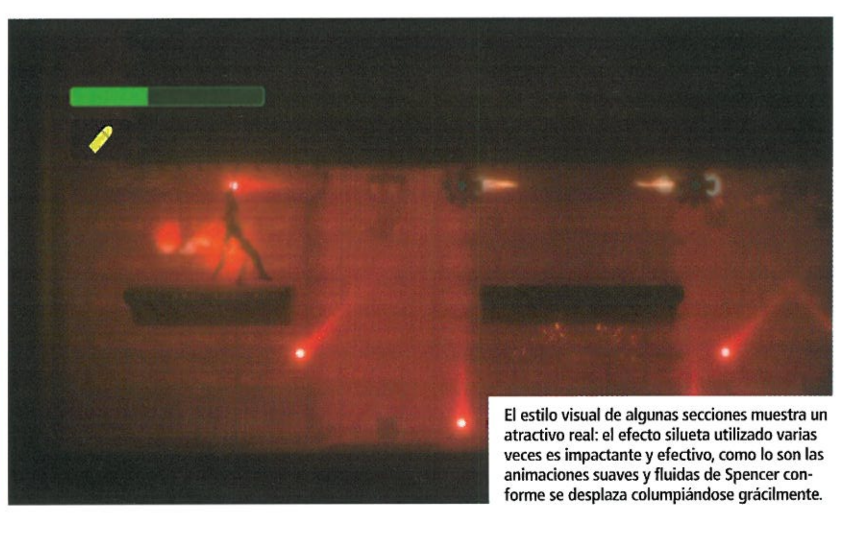


**Aparecen algunas secciones en vertical, donde tu helicóptero es interceptado por un convoy enemigo: no son destacables, pero se acaban relativamente rápido.**

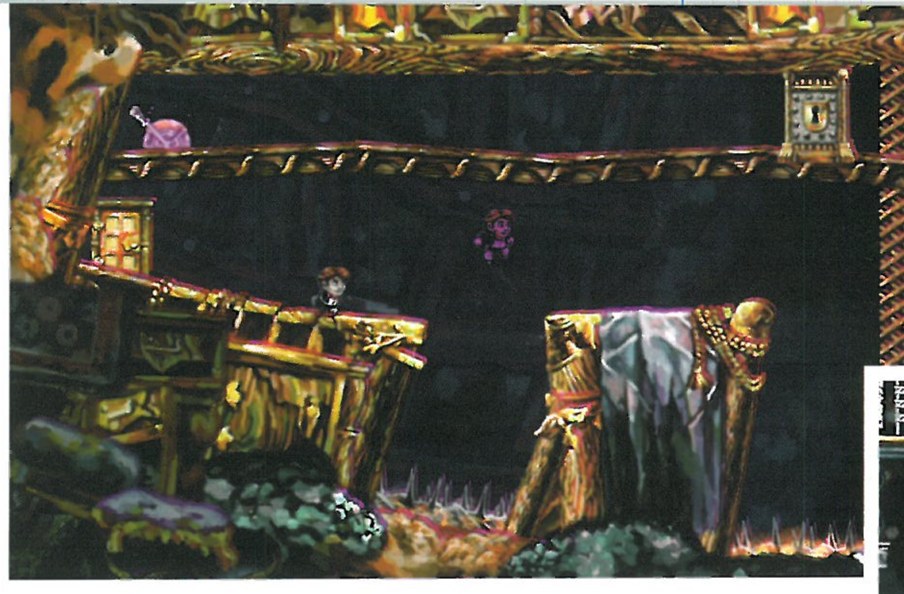
Pero, ¿qué es lo mejor del juego? Es un título que podría haber sido únicamente una herramienta promocional para su hermano mayor, dándole un repaso gráfico y poco más. Pero no. Es justamente lo contrario: un trabajo laborioso y lleno de amor. El núcleo del juego puede ser un *remake*, pero las características y lo pulido de la presentación lo mueven fuera de esta denominación, hasta convertirlo en uno de los títulos más refinados del XBLA o la PSN hasta la fecha. Capcom y Grin han conseguido convertir lo obsoleto, en vigente otra vez. **[8]**



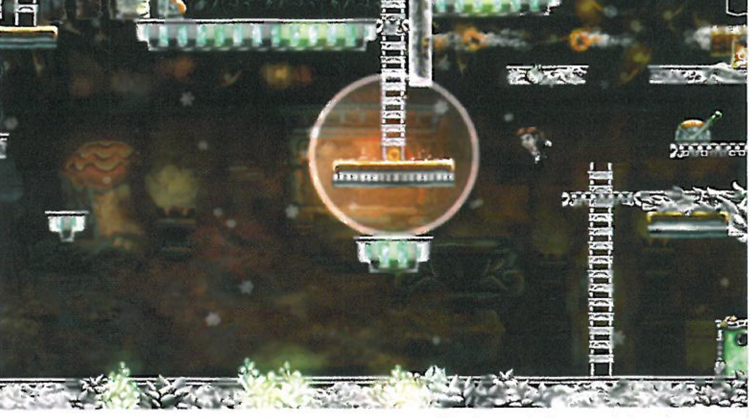




**El estilo visual de algunas secciones muestra un atractivo real: el efecto silueta utilizado varias veces es impactante y efectivo, como lo son las animaciones suaves y fluidas de Spencer conforme se desplaza columpiándose grácilmente.**







# BRAID

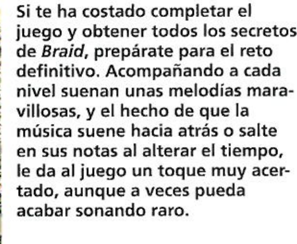
PLATAFORMA: 360 (VERSIÓN ANALIZADA), PC
LANZAMIENTO: YA A LA VENTA (360) POR CONFIRMAR (PC)
PRECIO: 1200 PUNTOS DE MICROSOFT PRODUCTOR: MICROSOFT
ESTUDIO: NUMBER NONE INC DISTRIBUCIÓN: ONLINE

Cada traspiés que cometas en *Braid* puede deshacerse. Cualquier salto errado, caída en un abismo o foso repleto de lava, puede revertirse instantáneamente. Pero, a diferencia de la comparación fácil con las habilidades de *Prince of Persia: Las Arenas del Tiempo,* no hay límite en el periodo que puedes volver atrás en el crono. Podrías pensar que con esta ayuda, una plataforma 2D es coser y saltar, pero rápidamente comprendes que el reto que propone *Braid* no es llegar del principio al fin del nivel, sino recolectar las piezas que hay repartidas por él, separadas de ti por cientos de situaciones repletas de obstáculos en las que discernir cómo usar el tiempo adecuadamente terminará arrugándote la frente de tanto pensar. A pesar de las apariencias, ya que se juega de una forma similar a la que hizo famoso a Mario, *Braid* es más un puzzle en la línea de *Portal,* y se muestra diseñado y sustentado en su invención en la misma forma que la creación de *Valve.*

Cada grupo de niveles introduce un nuevo giro, a partir del que exprime un increíble abanico de ideas sin dejar de ser todas bienvenidas. Al principio aparecen objetos inmunes a la acción de retroceder en el tiempo. Un ejemplo es cuando tienes que volver unos segundos atrás para salvar una serie de plataformas: algunas se detienen al usar este influjo temporal, otras no. Niveles posteriores juegan con el grado de recesión del tiempo y otros duplican al jugador cada vez que se utiliza. El más delicioso de estos trucos se ve en el tercer grupo de niveles, donde cualquier paso hacia la derecha avanza el tiempo en el escenario, mientras que cualquier paso hacia la izquierda, lo hace retroceder.

*Braid* te enseña a entender el comportamiento de estas mecánicas y después te mete de lleno en su convulsa aplicación práctica, culminando en esos momentos de exaltación que son denominador común de cualquier puzle. Solo una vez o dos son poco adecuados. A veces intentarás ejecutar una solución para después acabar frustrado por la parte de plataformas y, muy ocasionalmente, algunas paradojas crean situaciones que, aunque son consistentes con las reglas, el resultado de algunos objetos traiciona su comportamiento. Esos momentos de diseño cuestionable son raros y *Braid* demuestra triunfante cómo un título en 2D puede ser algo más que una sucesión de trampas y abismos que saltar. Donde se atasca es a la hora de contar la historia, que se hace torpemente por medio de texto mientras discurre la acción y está escrita en un estilo que hace que caiga en tópicos. Hace un intento por reflejar los temas de la historia, pero solo tiene éxito en el último nivel que, por cierto, muestra como una idea potente puede ser expresada en las mecánicas de la jugabilidad. El guión es una decepción menor. *Braid* queda como un título precioso y brillante que contiene una gran densidad de ideas, ocupando su sitio entre *Geometry Wars* y *Pac-Man Championship Edition* como uno de los juegos más originales y refinados disponibles actualmente en el Live Arcade. **[9]**





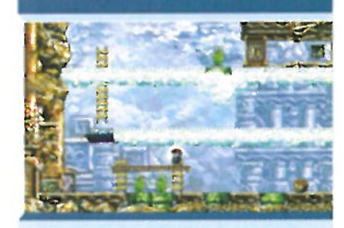
**Si te ha costado completar el juego y obtener todos los secretos de *Braid*, prepárate para el reto definitivo. Acompañando a cada nivel suenan unas melodías maravillosas, y el hecho de que la música suene hacia atrás o salte en sus notas al alterar el tiempo, le da al juego un toque muy acertado, aunque a veces pueda acabar sonando raro.**



**Crear imágenes al encajar los ítems recolectables se convierte en un auténtico incentivo muy inteligente para el jugador.**



## Bello y sin polígonos



***Braid* cobra vida propia con unos fondos cubiertos de detalles que cambian de perspectiva y dan pistas visuales del ritmo y la velocidad. El arte tan peculiar corre a cargo de David Hellman, la mano que hay detrás del cómic web *La lección se aprende, pero el daño es irreversible.* Pese a que el género de las plataformas ha abandonado todo esfuerzo retro inspirado en 2D, *Braid* demuestra que este no es el caso. Su realización es tan visualmente atractiva como lo sería cualquier estilo 3D en Full HD.**






La intro –un chico siendo conducido a un mundo místico a través de las páginas de un libro– no es lo único que el juego comparte con La Historia Interminable. Con las múltiples posibilidades jugables, *Grimoire* ofrece un considerable potencial de entretenimiento.










omo era de esperar, la pantalla táctil funciona como herramienta perfecta a la hora de navegar por los menús.

## Mejoras legales




**Volver a Ivalice significa el regreso de sus implacables Jueces, quienes continúan imponiendo su indómita voluntad en el campo de batalla. Sólo que en esta ocasión son algo menos indómitos. Las sanciones por romper sus reglas son menos punitivas que la última ocasión en que las vimos, lo que se traduce en una contribución a la jugabilidad. Al principio de cada batalla puedes elegir un extra que se aplica a todos los miembros del equipo durante las luchas. En vez de mandarte directo a la prisión por romper las leyes del Juez, tu equipo simplemente pierde este bonus, así como la habilidad de revivir a los compañeros caídos. Es un sistema más justo que permite un mayor grado de flexibilidad táctica.**



# FINAL FANTASY TACTICS A2: GRIMOIRE OF THE RIFT

PLATAFORMA: DS LANZAMIENTO: A LA VENTA PRECIO: 39,95€
PRODUCCIÓN: SQUARE ENIX DISTRIBUCIÓN: PROEIN ESTUDIO: INTERNO

*Grimoire Of The Rift* comienza cuando un niño abre un libro mágico que le traslada al reino de Ivalice. Es un argumento que lo une directamente con su predecesor, *Final Fantasy Tactics Advance,* más que con el sesudo título primigenio. Y donde *Tactics Advance* presentaba algunos cambios abruptos en su estructura, los ajustes en esta ocasión son más graduales. Lo que significa que las críticas que se pueden verter sobre *Grimoire Of The Rift* son básicamente las mismas que las que se hicieron en su momento a *Tactics Advance:* la historia no es lo suficientemente seria, las batallas no son lo bastante difíciles y no anda sobrado en velocidad como para resultar interesante a priori.

Y, sin embargo, estas críticas tampoco son del todo justas. Está claro que la narrativa no alcanza los niveles de esplendor de *La Guerra de los Leones,* pero es cálida e inteligente, ofreciendo interesantes visiones de un mundo bien planteado. En el lado de la dificultad, hay que concretar que los problemas vienen por una de sus virtudes: la versatilidad. Puedes decidir absolutamente todo en tu aventura por las tierras de Ivalice, yendo directo al grano o bien tomándote tu tiempo para explorar la inmensa cantidad de misiones secundarias. Si el juego se torna fácil, es porque has seguido una buena estrategia. Por ello, esta facilidad empaña la subyacente profundidad en sus posibilidades estratégicas.

*Final Fantasy Tactics* erra en su título. No es un juego táctico, sino de estrategia, y por sutil que parezca la diferencia, es importante. La parte más interesante no es la de las tácticas combate tras combate, sino la forma en la que se despliegan ante nosotros mientras el personaje que manejamos va evolucionando en el campo de batalla. Así, ya sea potenciando unas habilidades concretas o cambiando a nuestros compañeros de fatiga, las modificaciones varían las posibilidades finales. La gama de estrategias disponibles se expande según aumenta el número de razas y subclases a la hora de escoger, pero también porque algunas habilidades sólo se pueden conseguir tras completar ciertas aventuras paralelas, por lo que se vuelve imperativo explorar más allá de la aventura principal para hacerse una idea del volumen global del juego. También es importante revisar un par de minijuegos: el primero permite acceder a nuevas habilidades creando objetos a partir del botín obtenido en el campo de batalla (un buen sustituto del minijuego en el anterior título en el que teníamos que gestionar unos terrenos). El segundo es más de relleno: una casa de subastas que controla varios territorios, algo que puede llegar a ser divertido (con esfuerzo).







***Grimoire*** **es un juego lento, pero más rápido que** ***Tactics Advance.*** **Square Enix ha borrado del mapa las absurdas batallas de nieve del título anterior.**

Si hay algo criticable es el hecho de haber quitado uno de los puntos más fascinantes del anterior: la posibilidad de capturar monstruos, o de transformar a personajes en uno de ellos. Por otra parte, las tremendas posibilidades estratégicas, junto a un admirable lavado de cara, empujan a *Grimoire Of The Rift* a lo más alto del podio. El punto de vista generalizado entre los fans es que *Final Fantasy Tactics* era mejor juego porque se desarrollaba en un mundo más serio y realista, pero *Grimoire Of The Rift* merece tener una oportunidad gracias a las magníficas posibilidades estratégicas que ofrece, a pesar de que la historia sea facilona. **[8]**



## POKÉMON MYSTERY DUNGEON: EXPLORERS OF TIME/DARKNESS

PLATAFORMA: DS LANZAMIENTO: YA A LA VENTA PRECIO: 39,95€
DISTRIBUCIÓN: NINTENDO ESTUDIO: CHUNSOFT

Parece raro que los Pokémon, esos adorables bichitos con tanto carisma, no se hayan mezclado nunca con el concepto jugable de *Mystery Dungeon,* ese paradigma de los juegos hardcore. Son como los llaveros y adornos para móviles que tantas veces habrás visto en las quinceañeras, sólo que ahora aventurándose por las inhóspitas cavernas de un RPG.

Casi idéntico a sus previas apariciones en GBA y DS, el juego nos cuenta (de nuevo) la historia de que nos hemos convertido en un monstruo, e iremos encontrando explicaciones y soluciones a la situación mientras avanzamos por incontables mazmorras. Como tantos otros juegos de *Mystery Dungeon,* hay una yuxtaposición de descripciones profundas sobre el mundo en el que se desarrolla la acción, al tiempo que pasa olímpicamente de ahondar en los personajes, lo que en el guión se traduce en incómodos saltos.

Durante las partes del juego que transcurren en pasadizos (el 95 por ciento del tiempo) nos damos cuenta que la relativamente trabajada historia no puede sostener por sí sola una pobre realización técnica. El resultado son unas criaturas que resultan duendecillos cochambrosos, sin hablar de las animaciones durante las luchas, que brillan por su ausencia, recayendo todo el peso en las descripciones verbales. Los juegos de Pokémon puede que sean conocidos por su irónica cabezonería a evolucionar, pero *Mystery Dungeon* es un paso atrás incluso partiendo de ese lamentable concepto. Se parece a su predecesor en GBA, y también se juega igual, optando además al premio al peor aprovechamiento de la segunda pantalla de la DS.



Juegas en el papel de un Pokémon, eligiendo un Poké-compañero, pero siempre obtendrás la misma mezcla de cobardía y dudas en su personalidad. Según avance la aventura el miedoso secundario ganará confianza.

La gigantesca lista de bichos que puedes coleccionar (si tienes *Explorers Of Time* y *Explorers Of Darknes,* claro está) revela la poca fe que desde el estudio Chunsoft tienen en su propio concepto, ya que solo capturarlos a todos se convierte en el mayor atractivo del juego. Poca chicha verán en este nuevo título los Poké-fans. **[3]**



Para avanzar necesitas puntos de experiencia cazando a Pokémon criminales y llevando a otros por las mazmorras.



## FINAL FANTASY IV

PLATAFORMA: DS LANZAMIENTO: SEPTIEMBRE PRECIO: CONSULTAR
DISTRIBUCIÓN: SQUARE ENIX ESTUDIO: INTERNO




En el original, se tuvo que reducir mucho guión por limitaciones de la memoria. Partes inéditas se han metido ahora a través de escenas tipo flashback que se ajustan bien a la narrativa.

Al revivir la época de los primeros *Final Fantasy* mediante varios remakes de la serie, Square Enix ha alcanzado al fin un título que hace justicia. A pesar de que estéticamente es difícil diferenciar a éste de su predecesor, se trata de una versión mucho más evolucionada en estilo de juego y argumento.

En este caso toca temas de poder, venganza, egoísmo y lealtad para conformar uno de los juegos más oscuros de la serie. Y eso que está presentado como una obra teatral hecha por niños que sobreactúan.

En vez de la versión fácil que jugamos en occidente hace 17 años, aquí se nos da candela a la japonesa. El alto nivel de dificultad define cualquier encuentro hostil, desde los bellos jefes finales hasta los peones más insignificantes, y tienes que gestionar eficazmente los objetos, así como planificar con cuidado las excursiones. En lugar de alienar a los jugadores, el nivel de exigencia envalentona a los usuarios gracias a un trabajado sistema de luchas y potenciación de nivel.




El líder será el que aparezca como tu avatar en el campo. Los pensamientos de los diferentes integrantes del grupo pueden verse en típicos bocadillos de cómic.

Cada mazmorra tiene su mapa en la pantalla de abajo, y se van dibujando líneas sobre él según se vaya pasando por un punto u otro. Conseguir el mapa completo de cada área hace ganar objetos, y los personajes que abandonen el grupo dejan una habilidad que puede ser aprendida por otro. Sólo la invocación de monstruos que puede hacer Rhydia tiene que ser obligatoriamente activada a través de minijuegos que incrementan puntos de experiencia.

Con estas mejoras la actualización del juego va mucho más allá de una revisión tridimensional, y se nota que lo han hecho con mucha dedicación. Eso sí, los pilares básicos siguen siendo algo vetustos, y no tiene argumentos para convencer a los detractores del género para echar una partida. Y eso pese a que parece confirmar la paradoja de que el futuro de los JRPG reside en su pasado. **[7]**



## SECRET AGENT CLANK

**PLATAFORMA:** PSP **LANZAMIENTO:** YA A LA VENTA
**PRECIO:** 39,90 € **PRODUCTOR:** SCE **ESTUDIO:** HIGH IMPACT GAMES
**DISTRIBUCIÓN:** SONY ESPAÑA

Después de aparecer como secundario en los *Ratchet & Clank,* Clank encara su primer papel protagonista. Sabedores de sus limitaciones innatas, High Impact Games lo han enfundado en una aventura al estilo James Bond, con secciones de infiltración y un inventario que favorece sus preferencias por los *gadgets* antes que por las pistolas grandes. Para mantenerse fieles a la serie, la infiltración es totalmente opcional ya que Clank tiene la suficiente potencia en el arsenal como para tumbar a sea quien se tope con él bajo una forma que favorece la acción: los enemigos se despachan por medio de unos rápidos QTE si les acechas por detrás y les echas tinta en sus detectores de infrarrojos. Más incomodas son otras secciones que imponen un Game Over automático si Clank es descubierto.

*High Impact* también sabe que Clank no puede hacerse cargo de un juego él solo, por eso aparecen Ratchet, el Capitán Qwark y los Gadgebots, que hacen subir enteros al conjunto. Ratchet se pasa el juego encerrado en una prisión y tiene desafíos en la arena, una válvula de escape para los que busquen ese caos de armas tan típico de la serie. Las secciones de Qwarks varían en calidad, y en clave de comedia son añadidos para hacer el juego más distendido, incluyendo un combate contra un dragón espacial y una actuación en la ópera en la que salta sobre mariposas para revocar la teoría del caos. Los excelentes niveles de los Gadgebots tienen reminiscencias con las mazmorras Zelda, en un estilo puzzle en el que tres robots deben desbloquear el camino a la salida para progresar. Y en lo más alto están las secciones de vehículos, un *shooter on the rails* fantástico y atractivo, y por último, el añadido más flojo: la horrible mezcla de ritmo y acción. El resultado es un conjunto agitado e incoherente. Pero es también diverso, vibrante y aunque amenaza continuamente con perder el hilo de aquello que hace a los juegos de *Ratchet & Clank* diferentes, siempre se las apaña para retomarlo. Y por encima de todo, la personalidad de Secret Agent Clank le garantiza vida por derecho propio. **[7]**





**Gráficamente, SAC es colorido y dinámico y con áreas con gran distancia de dibujado. Otras localizaciones son sosas, pero es un pequeño precio a pagar.**



**Al igual que en El Tamaño Importa lanzado la temporada pasada, la cámara es un problema y cambiar del analógico al pad para desplazarse en lateral puede ser complicado.**



## TSUMIKI: LA TORRE INFERNAL

**PLATAFORMA:** NINTENDO DS **LANZAMIENTO:** YA A LA VENTA
**PRECIO:** 33,95 € **ESTUDIO:** RED ENTERTAINMENT
**PRODUCTORA:** RED ENTERTAINMENT **DISTRIBUCIÓN:** NOBILIS




**Como en el Size Matters del último año, la gestión de la cámara es a menudo un problema, y cambiar del un analógico al D-pad puede ser complicado.**

Hay dos elementos fundamentales para realizar un buen puzle: inteligencia y elegancia. La inteligencia es fundamental, diseñar un juego de esta clase que sea original requiere de un gran ingenio, algo de lo que puede presumir este título. La palabra japonesa "tsumiki" se puede traducir como "construir bloques" y ese es exactamente el objetivo del juego: construir una torre lo más alta posible para ayudar a la reina de un extraño reino animal a trepar por ella. Para ello, el stylus recoge los bloques que caen para poder apilarlas en forma de una torre lo suficientemente sólida como para que no se caiga. La gravedad y el equilibrio son factores fundamentales que hay que tener en cuenta a la hora de llevar a buen puerto a esa misión, ya que apilar las piezas de una forma poco meditada hará que la estructura no resista. Es una mecánica apropiada en una época donde la simulación física adquiere cada vez una mayor importancia en el desarrollo de videojuegos, aunque lamentablemente, Tsumiki ilustra bien los límites de su uso.

El segundo factor fundamental en un puzle se encuentra en la elegancia, y eso es algo que escasea bajo este diseño, precisamente por el realismo físico que se ha impreso. Puesto que las piezas pueden rotar de cualquier modo, en muchas ocasiones es complicado hacer que queden en una posición determinada, ya que su naturaleza flotante y la inercia que cogen, hace que a veces giren de forma descontrolada o que sea difícil predecir la forma en la que se van a aposentar si hay cierta inclinación en la superficie.

Esa falta de precisión hace que la experiencia se encuentre sujeta a sorpresas, lo que no es apropiado dentro de la fórmula ideal en este tipo de género. El resultado es una nueva manera de entrenar el cerebro: control del stress, lógica y rapidez mental. **[7]**



**Debes armarte de paciencia, estar atento a la gravedad y conseguir situar las piezas para construir la torre más alta. Es preciso controlar las puntuaciones, las figuras y su orientación y que no se venga abajo.**



## ATLANTIS SKY PATROL

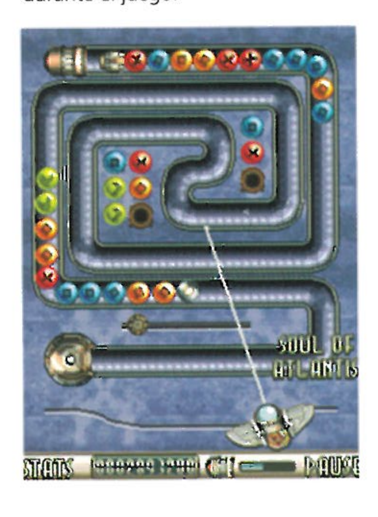
PLATAFORMA: MÓVILES PRECIO: 3 € LANZAMIENTO: YA DISPONIBLE EN MOVISTAR, VODAFONE, ORANGE Y YOIGO ESTUDIO: BIG FISH GAMES

Hemos de reconocer que nunca nos han gustado las revisiones de juegos clásicos, pero este título nos ha llamado la atención. Y lo ha hecho por el conjunto, no por características puntuales. *Atlantis Sky Patrol* ofrece un videojuego realmente atractivo gráficamente al que gusta jugar gracias a unos scrolls suaves en pantalla. Realmente hay juegos que se notan bien acabados y éste es uno de ellos. El juego se basa en unir bolas de colores, eso no es ningún secreto. Pero *Sky Patrol* ha dejado esta función como accesoria y se ha centrado en desarrollar otros aspectos, logrando acercar este título casi a un arcade de naves gracias a la incorporación de nuevos objetivos durante el juego.




***Atlantis Sky Patrol*** **es un clásico muy renovado y con numerosas y originales propuestas.**

El resultado ofrece la diversión de puzzles e interesantes desafíos en cuanto a puntería y habilidad. Si todo lo mezclas con buenos gráficos y un scroll tan bueno que te parece estar jugando en consola, tienes lo que se llama un buen juego para móviles. **[9]**



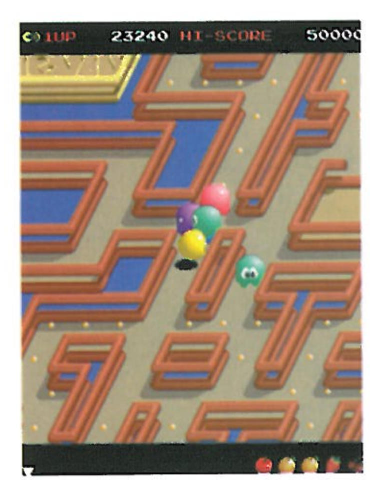


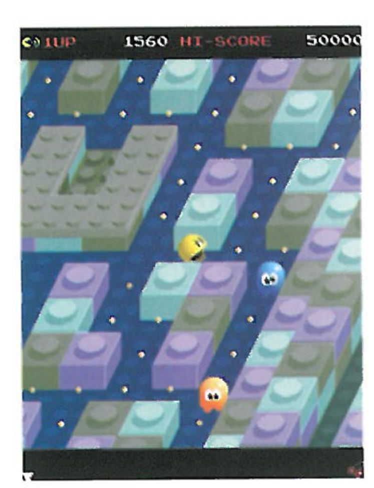





## PAC-MANÍA

PLATAFORMA: MÓVILES PRECIO: 3 € LANZAMIENTO: YA DISPONIBLE EN MOVISTAR, VODAFONE, ORANGE Y YOIGO ESTUDIO: NAMCO




**Si quieres asegurarte al elegir un juego para móviles, apuesta por un clásico.**

Nos hubiera gustado analizar el clásico *Pac-man* en este espacio, que también esta disponible para todos los operadores, pero todo el mundo lo conoce ya, así que hemos escogido esta versión: *Pac-manía*. Es la última de las versiones oficiales de este famoso comecocos. Si bien la versión clásica es divertida, lo cierto es que se queda corta en posibilidades. Esto lo compensa *Pac-manía,* ya que en esta versión podremos jugar en escenarios 3D, y disfrutar de fases muy variadas entre sí. Incluso el juego tiene sonido estéreo en terminales más modernos.

El juego se caracteriza por tener un poco más de todo: más enemigos, más bonus, más ítems, más puzzles y muchos más elementos con los que disfrutar en cada escenario. Incluso nuestro pac-man podrá saltar y salvar así dificultades de todo tipo. Tanto a nivel visual como de movimiento, funciona tan bien como cualquier recreativa. En cuanto a su diversión, ofrece más y mejor. Aunque para la generación del baby boom, decirles que su clásico *Pac-man* también está disponible para móvil. **[8]**





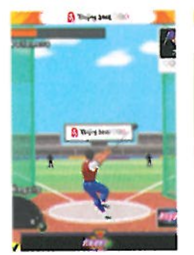

## BEIJING 2008

PLATAFORMA: MÓVILES PRECIO: 3 € LANZAMIENTO: YA DISPONIBLE EN MOVISTAR, VODAFONE, ORANGE Y YOIGO ESTUDIO: GLU

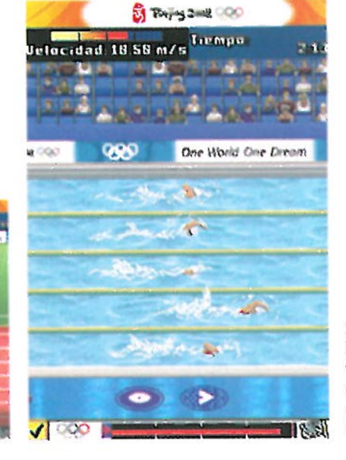
Glu no ha podido meter todas las pruebas de las olimpiadas en nuestro teléfono móvil, tan sólo cuatro: 100 metros; lanzamiento de martillo; 200 metros estilo libre; y tenis de mesa. Echamos de menos algunas pruebas que han demostrado su solvencia en conocidas recreativas, como saltos, o tiro al blanco. O quizá nos estamos volviendo algo nostálgicos, quién sabe.

El juego mantiene dos modos; uno en el que tendremos que batir todos los récords que podamos, y otro que se basa en superar pruebas. Por supuesto, el videojuego permite representar al país que desees y por otro lado, han conseguido un sistema de control asequible. Algunos juegos se basan en la técnica y otros en la habilidad, con lo que están bastante nivelados.

Quién sabe, quizá dentro de 4 años los móviles puedan incluir los 28 deportes y las 37 disciplinas de las que constan las Olimpiadas actualmente. Apostamos a que sí. **[7]**








**Si quieres emular las hazañas deportivas de este verano, nada mejor que recordarlas con el videojuego oficial.**




**La historia de un shooter en la consola 'equivocada' en el desarrolladora de RPG sin experiencia previa en el género.**

Una sirena antiaérea rasga el manto de oscuridad silenciosa que nos acompaña en los momentos iniciales de *Einhänder*. Una voz en alemán deja oír, con indiferencia robótica, un grito de alerta, "Achtung!", justo antes de que las luces se enciendan poco a poco para llegar a revelar una nave futurista, la cual avanza rápidamente a través de un escenario urbano similar al de Blade Runner. Llegados a este punto, todavía se desconoce el motivo de la alerta; pero todo aquel jugador que conozca el curioso trasfondo del juego, reconoce que se trata de la última de las muchas alertas que preceden a este juego, el shoot'em up más sorprendente.

No es habitual que la puesta en escena de un título nuevo parezca estar tan cargada de potencial por arruinar. Las recetas para desastres suelen contener, cuando menos, un buen ingrediente que los demás acabarán convirtiendo en malo; pero todos los componentes del primer y último shooter horizontal de Squaresoft sabían la catástrofe. Como primera productora japonesa de juegos de rol, sus historias épicas, pulidas, extensas y basadas en la narrativa son, precisamente, la antítesis del arcade con scroll lateral. Las técnicas que se emplean para atraer al usuario a cada tipo de juego son tan distintas que se precisan reglas y métodos de diseño diferentes. No tiene nada de extraordinario que la empresa decidiese poner a sus diseñadores de RPG con más talento a trabajar en un género en el que prácticamente ninguno de ellos tenía experiencia previa. Pero el juego se convirtió en uno de los más brillantes ejemplos de que el género desafía a la fe.

Gigantescos enemigos de múltiples partes llenan la pantalla, con animaciones fluidas, robustas y creíbles. Los cielos nocturnos están adornados con el brillo momentáneo de luces encorvadas, y los escenarios que anuncian oscuridad añaden tensión a los gigantescos y desafiantes objetos 3D y a los temibles jefes finales del juego. La cámara se acerca y se aleja dotando a cada nivel de una tonificante coreografía de perspectivas. En ocasiones se mueve por una zona, obligándonos a adaptarnos al ritmo, y en otras se queda quieta mientras los enemigos llegan en oleadas hacia nuestra posición.

# VA DE RETRO

EINHÄNDER

PLATAFORMA: **PLAYSTATION**
DISTRIBUCIÓN: **SQUARESOFT/SCE**
ESTUDIO: **SQUARESOFT**
ORIGEN: **JAPÓN**
LANZAMIENTO: **1997**




DER

**momento equivocado, obra de una**
**Bienvenidos a la locura de Selene**




## SIN CERRARLE LAS PUERTAS A NADA

En pleno apogeo de PlayStation, Squaresoft era bien conocida por sus incursiones en territorios desconocidos del diseño, desde el beat'em up de samuráis *Bushido Blade* hasta el clon de *Tempest*, *Internal Section*, aunque estos proyectos eran obra de estudios externos para ampliar su cartera como distribuidora. El equipo de *Einhänder* nace de lo mejor del desarrollo interno, sacados de proyectos como *Final Fantasy VII*, *Parasite Eve*, *Secret of Mana* y *Chrono Trigger*, cuya labor era crear un shooter original para un sistema superado en el género por su gran rival, la Sega Saturn.









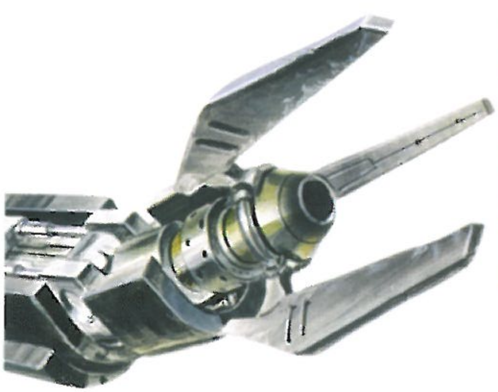
Llegados a cierto punto, nos encontramos con un gigantesco cañón que va sobre un tren, y debemos deshacernos de la maquinaria pieza a pieza. Al final del encuentro simplemente nuestra nave sigue adelante, dejando al tren avanzando en otra dirección, inservible tras el daño sufrido. Este gran momento de satisfacción se ve yuxtapuesto con un encuentro contra un rápido y correoso tanque que pega un salto para llegar al primer plano, y luego regresa al fondo; su ritmo recuerda a las mejores obras de Treasure, a la hora de definir los espacios seguros y vulnerables de los enemigos dentro de un campo de visión concreto. Por todo esto, es más que evidente que Squaresoft había trabajado más de cerca con la máquina de Sony que ninguna otra third party, además de que lo aprendido con juegos como *Final Fantasy VII* les ofrecía la base técnica sobre la que se basaron los logros gráficos y el interesante argumento de *Einhänder*. De hecho, aún a día de hoy, el juego se mantiene como una maravilla de la ingeniería técnica y del imaginativo espectáculo visual, algo que sólo se ve superado por el hecho de que sus creadores era novatos que trabajaban en una máquina que ya había sido explotada por otros creadores de shoot'em ups.

**Aunque cuando llegó** *Einhänder* la PlayStation de Sony ya había ganado la guerra de consolas, sus shoot'em ups perdían frente a la bestia para las 2D de Sega, la Saturn, con títulos muy conocidos. La serie *DonPachi, Battle Garegga, Soukyugurentai, Strikers 1945* y *Radian Silvergun*, entre muchos otros, habían asegurado la reputación de Saturn como la nueva tierra prometida para el género. La habilidad de la máquina para ofrecer un exquisito *parallax scrolling*, los sprites gigantescos y los grandiosos efectos de partículas en 2D alejaron a los desarrolladores de la corriente principal de Sony, una máquina enfocada hacia las 3D. Así que la plataforma elegida por Squaresoft, sin duda determinada por obligaciones contractuales con Sony, suponía ir contracorriente, y el proyecto parecía estar todavía más en peligro ante la decisión de renderizar el juego en suntuosas 3D (pese a que el control de la nave se movía en los tradicionales planos 2D).

En un momento atravesábamos señales de neón en una ciudad futurista, con cristales rompiéndose, y al siguiente estábamos en un descenso vertical hacia el centro de una ciudad subterránea en ruinas. Aquí, en la oscuridad, droides enemigos de grandes colas revolotean por la zona, mientras las lámparas sobre sus cabezas disparan láseres que buscan tu nave en la oscuridad como si fuese un pez abisal. Todas las escenas del juego están muy bien dirigidas, con sus ideas claras y definidas, y una sólida ejecución en 3D.

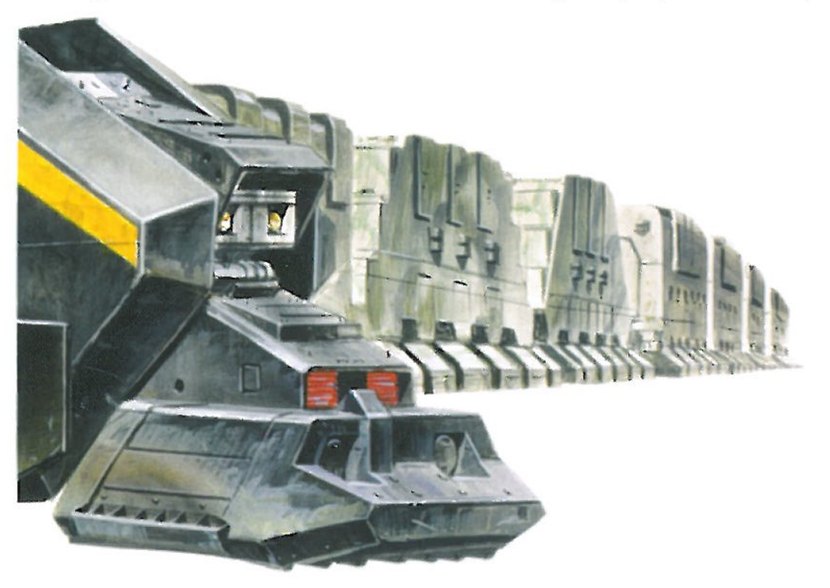
Los enfrentamientos contra jefes finales, aunque no son tan largos y complejos como los que nos topamos en *Radiant Silvergun*, comparten rasgos similares. Acompañados por una sirena de policía, todos los enemigos de final de nivel cuentan con múltiples partes en su cuerpo que deberemos destruir pedazo a pedazo para obtener las puntuaciones más elevadas; la promesa de una bonificación de tiempo compensa el tener que elegir entre velocidad y completarlo todo. Todos los enemigos robóticos y mecánicos del juego están animados con movimientos y características biológicas. El jefe intermedio del cuarto nivel se saca a sí mismo de un lago con grandes brazos de orangután y, haciendo uso de las vigas como si fuesen ramas, intenta acercarse a nuestra nave con su cola de lagarto.

## *Final Fantasy VII* les ofrecía la base técnica sobre la que se basaron los logros gráficos y el interesante argumento de *Einhänder*





Algunos Gunpod actúan de forma diferente según se encuentren encima o debajo de la nave. El Wasp (la Avispa) dispara poderosos misiles sin guía por un lado y misiles perseguidores más débiles por el otro.

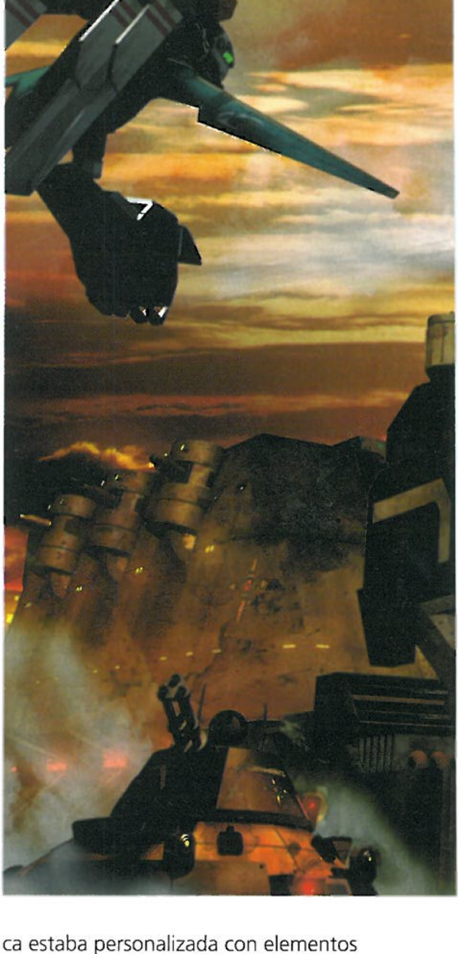






El sistema de puntuación de *Einhänder* premia las muertes rápidas con un multiplicador que llega hasta los 16x. Esto hace necesario crear estrategias marcando el ritmo y regulando las muertes para intentar obtener el multiplicador más elevado.





**Ambientado en un** futuro distante, *Einhänder* nos cuenta la historia de la guerra entre una comunidad de humanos que viven en la colonia de Selene y los habitantes que permanecieron en la Tierra. Como piloto de la fuerza especial de ataque de Selene, tecnológicamente muy avanzada, nuestro deber será adentrarnos en la órbita terrestre en una misión suicida cuyo objetivo será recoger inteligencia y causar el máximo daño posible por el camino. Entre niveles, nuestros jefes nos dan instrucciones y nos animan, pero sus verdaderos motivos no se desvelarán hasta los momentos finales del juego. Nuestra penúltima tarea será derribar una nave enemiga para que choque contra la luna. Esta sección climática potencia la intensidad de la música, la historia y la acción para llegar a un final épico a contrarreloj. Logrando nuestro objetivo, captaremos una transmisión a una nave amiga en la que ordenan eliminar nuestra nave. El memorable final del juego ofrece una intensa batalla en el espacio contra nuestros antiguos comandantes.

**El memorable final del juego ofrece una intensa batalla contra nuestros antiguos comandantes, los que controlaron nuestro destino**

Las armas tienen un uso limitado, una decisión audaz que añade un elemento de gestión de recursos al ritmo alocado de juego. Cuando se agotan, puede emplearse el brazo manipulador para atacar a los enemigos y repeler pequeñas balas en lugar de emplear munición más ofensiva. Los ocho Gunpods centrales del título (existen cuatro secretos) están bien equilibrados, y elegir la herramienta correcta es algo de vital importancia. Esto ha provocado que el juego se gane críticas en algunos círculos: para lograr tener éxito, hay que aprender los patrones y experimentar con las configuraciones óptimas de los Gunpod.

Irónicamente, la persona del equipo de desarrollo que tenía más experiencia con shoot'em ups no tuvo nada que ver con el diseño ni con la mecánica que se emplearía en el juego. Kenichiro Fukui, compositor de *Einhänder*, había trabajado antes en Konami, donde colaboró en grandes títulos del género como *Gradius 2*, *Subset Riders* y *Xexex*. La banda sonora de *Einhänder*, dado que se basaba ante todo en la tecnología, no pegaba con la Squaresoft de la época. Sin embargo, su base electrónica estaba personalizada con elementos que se cogieron prestados de otros estilos musicales. En el primer nivel, el intenso sonido de los bombos se ve atenuado por el cántico de una diva de ópera y, más adelante, a este ritmo se le superpone un potente rap. En ese aspecto, la banda sonora evita caer en el cliché de las BSO de los videojuegos techno, ofreciendo silencios y una tensión ambiental que añadía interés.

Con el fin de que el título fuese rejugable, Squaresoft incluyó tres bonus ocultos en cada nivel, pero nunca se especificaron y se mantuvieron en secreto los criterios a cumplir para desbloquearlos.

Aunque todo podría, y de hecho debería, haber salido mal, el equipo del proyecto llevó a cabo un diseño y una ejecución increíbles, componiendo un título que, en forma y función, supera prácticamente a todas las fuentes de inspiración que estudiaron sus responsables durante su creación.

Después del lanzamiento del juego, el equipo de *Einhänder* se separó y se redistribuyó en otros proyectos internos considerados más ortodoxos y tradicionales, dejando a esta brillante excursión de la empresa por el género de los shoot'em ups, desgraciadamente, en el papel de curiosidad única y espectacular que no volverá a ocurrir.






## HABÍA UNA VEZ TRES NAVES

Las tres naves básicas de *Einhänder* se comportan de formas muy diversas. La Astraea FGA Mk I puede llevar equipados dos Gunpods al mismo tiempo, disparándolos de forma separada o simultánea. La Endimión FRS Mk II puede llevar tres Gunpods, permitiendo acumular armas para distintas situaciones. Para equilibrar esta nave, Squaresoft reducía la cantidad de munición que llevaba cada arma. Por último, la Endimión FRS Mk III, una nave difícil de controlar y que sólo puede llevar un Gunpod. Para compensar, también lleva una metralleta doble con munición ilimitada. Si se cumplen ciertos criterios durante la partida, se desbloquean dos naves de combate adicionales. Una de ellas, cuyo nombre en la versión japonesa es "Sodom", lleva consigo una metralleta cuyo rango de ataque está unido directamente a tu multiplicador de puntuación actual.

El diseño de un jefe intermedio, cuyo apodo cariñoso es Ausf De Gestell, está basado en un gorila enfadado; se golpea su pecho robótico y empieza a saltar por toda la zona antes de lanzarte cajas, en todo un homenaje a la furia de *Donkey Kong*.



# CÓMO SE HIZO...
## EARTHWORM JIM

La mascota más inesperada en videojuegos: un héroe sin columna vertebral dentro de un traje prestado.

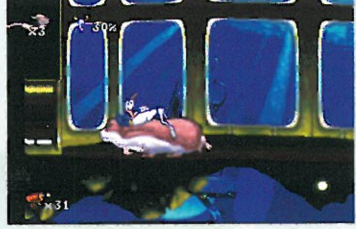
PLATAFORMA: **MEGA DRIVE/SNES** DISTRIBUCIÓN: **PLAYMATES INTERACTIVE** ESTUDIO: **SHINY ENTERTAINMENT** ORIGEN: **EE.UU.** LANZAMIENTO: **1994**

Una vaca asustada que sale volando, catapultada por un gusano gracias a una rama de árbol y a un frigorífico que cae; "esto es lo último", piensas. Los planetas de flemas no se quedan atrás a la hora de arrancarte esas palabras, como tampoco lo hacen un gato malvado llamado Evil el Gato o volar sobre un dinosaurio ciego. Pero eso es todo. Bueno, eso, y la ocasión en la que David Perry fue a cenar con un hombre de Hong Kong y le pidió millones de dórales. Ríe al recordarlo: "fui muy ingenuo. Seguramente, de no haberle devuelto el dinero, me hubiese despertado con una cabeza de caballo en la cama".

Aquel hombre, gran amante de los caballos, era el presidente del gigante de los juguetes Playmates. David Perry, el programador de títulos como *Global Gladiators* (de McDonalds) y *Aladdin* de Disney (creado por "nueve personas en 99 días" antes de ganar 120 millones de dólares), esperaba separarse de Virgin Interactive, la empresa que le hizo ir a los Estados Unidos. "Me dijo: 'vale, te dejaré millones de dólares'. Y se cerró el trato".

Junto con una fuente de ingresos impresionante llamada *Las Tortugas Ninja*, Playmates contaba con un amplio abanico de licencias





Los intentos de rejuvenecer la serie *Earthworm Jim* en máquinas más potentes mostraron que el juego se salía mucho de los estándares como para necesitar más potencia.

con las que financiar su debut. Mientras tanto, la recientemente formada Shiny Entertainment contaba con un fiel "dream team" de desarrolladores británicos y americanos que Perry reclutó durante sus años en Virgin. "Tuvimos una larga y extensa conversación sobre juegos del Coche Fantástico, coches de juguete, todo tipo de cosas", recuerda. "Pero fue un momento difícil para el equipo porque querían hacer algo original. Y siguieron hablando sobre Doug TenNapel".

Por aquel entonces, TenNapel, el ahora ganador del premio Eisner y creador de series como *Catscratch* para Nickelodeon y juegos como la aventura de culto de los 90 *The Neverhood,* estaba trabajando en un juego de Jurassic Park para Sega. Shiny ya tenía mucho talento. Según parece, no había necesidad de reclutar gente. Y de repente, apareció un reto: si TenNapel pudiese diseñar un personaje que le gustase a todo el mundo, entraría de lleno en el proyecto.

**El superhéroe: un gusano con un traje. Se lo enseñé a mi mujer y le pareció absurdo. En ese momento supe que era perfecto**

TenNapel cuenta que "en mi grupo de amigos de la universidad teníamos la broma interna de que todo el mundo se llamaba Jim. Mi hermano se llama Jim. Mi mejor amigo, Joe Potter, tiene un primo llamado Jim. Uno de mis héroes era mi tío Jim. Y luego teníamos a este amigo que rozaba los límites de la locura (vaya, socialmente retrasado) y que hacía aquellas horribles imitaciones de Bones de Star Trek: 'Jim. ¡Jim! Está muerto, Jim'.

**"Entonces creó a** este superhéroe: un gusano en un traje, con espíritu norteamericano; ¿qué otro nombre le iba a poner? Jim es un gran nombre que resume 'humor aleatorio' y 'heroísmo norteamericano' en una sola palabra".

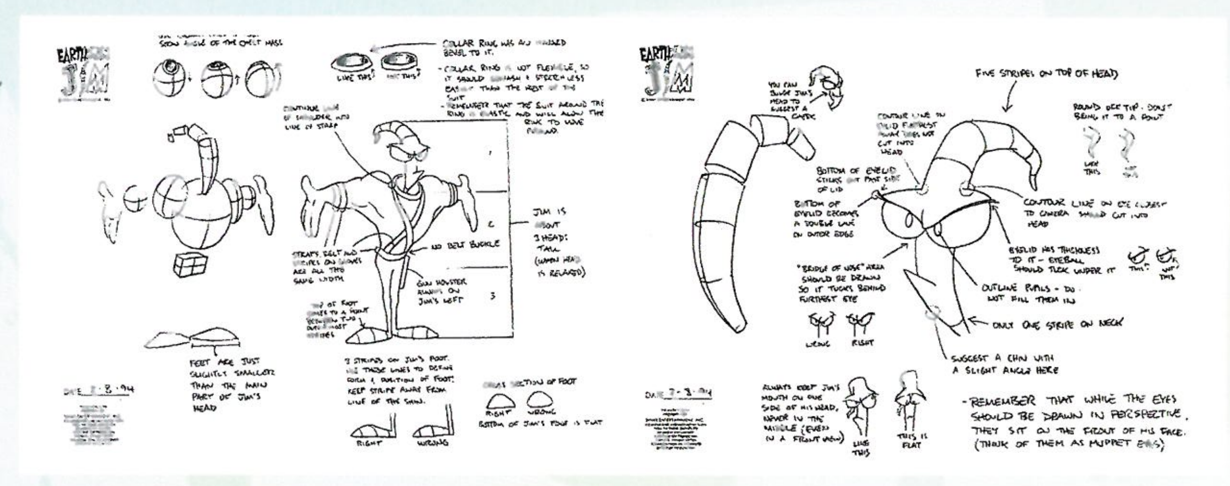
TenNapel estudió los modelos de viejos personajes de los Looney Tunes, y cogió prestado el diseño anatómico seguido por Chuck Jones,



La frustración de TenNapel con los videojuegos le llevó de vuelta a los medios no interactivos, aunque *The Neverhood* y *Skullmonkeys* siguen siendo considerados de los mejores juegos de aventura.



Hablando sobre los contrastes, TenNapel quería que el poder de Jim estuviese completamente contenido en su traje y su pistola, y que sin ellos se notase que era una piltrafilla sin extremidades.







## PIENSA EN ROJO

**Uno de los aspectos que recordamos con más cariño de *Earthworm Jim 2*, la fiel secuencia de 1995, es su planeta lleno de papeleo, ISO 9000. Plagado de archivadores poseídos y abogados enmascarados, nuestra única ruta de escape era una puerta con patas que no dejaba de huir de nosotros. ¿Algo que decir, David? "En Virgin, tenía un director, un tipo pequeño con camisa y corbata -explica- Y quería que escribiese todo lo que estaba haciendo. Me pareció divertido escribir un montón de chorradas para ver si se reía; pero no lo hizo. Se sentó conmigo y me regañó por no acabar a tiempo toda aquella porquería. Así que le perdí todo el respeto".**

creador del Coyote y el Correcaminos: entre grueso y delgado, "fue el gusano el que creó al hombre, y su cabeza flexible nos dio a los animadores algo que hacer. Se lo enseñé a mi mujer y me dijo que era una idea absurda. En ese momento supe que era perfecto".

Maravillado, Perry encontró en *Earthworm Jim* exactamente lo que Playmates estaba buscando: juegos, juguetes y dibujos animados. Entonces se encontró con una dificultad. "Todo aquel que quiere un programa de televisión y una línea de juguetes se ve encerrado en este círculo vicioso. No te van a hacer una línea de juguetes a menos que tengas un programa de TV; no te harán un programa de TV sin una línea de juguetes. El secreto era juntar a los líderes de ambas compañías, Playmates y Universal, en una mesa para cenar. Y lo conseguimos".

Las ofertas para producir merchandising oficial de Jim, incluyendo sábanas, fiambreras, gorros de cumpleaños, pegatinas y máscaras de Halloween, se sucederían a un ritmo tan elevado que, según dice Perry, tuvo que entrar en juego "el abogado de las Tortugas".

Playmates se dejó llevar tanto por la demanda que inició 17 proyectos con otras empresas. "Sacaron la chequera. Pero no fue tan fácil como se esperaban y tuvieron todo tipo de problemas".

Gracias a un inteligente acuerdo con Virgin, Perry poseía su propio motor, mientras que la editora le daba licencias para juegos como Robocop versus Terminator. Mientras los gastos por su uso subían, sus resultados eran cada vez mejores. El arma secreta de Perry, el programador Andy Astor, logró comprimir numerosas animaciones a una velocidad anormalmente rápida.

que se debía hacer. Y me quedé en plan: 'Dios mío... ha funcionado'".

Gracias a esto, los artistas de Shiny gozaron de un lujo poco habitual, sobre todo para los 16bits: un gran número de animaciones. Y mientras otros artistas dibujaban sus gráficos directamente en Deluxe Paint, para *Earthworm Jim* se utilizaban lápices, se escaneaba el arte, se terminaba de colorear y se reducía para crear los sprites. "Era auténtica tinta digital, como si estuviésemos haciendo una serie de TV -dice Perry-. Y cuando reduces cosas utilizando el software, éste elige colores para los píxeles que a

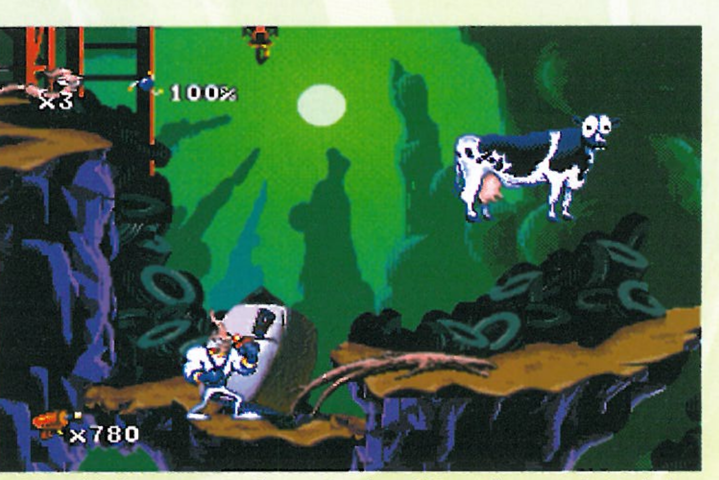
### Al principio, sólo era él corriendo. Luego tuvo que saltar. ¿Qué podría hacerle saltar? Pongamos un perro loco que le muerda el culo

Y la suerte, así como algunos documentos de desarrollo para Mega Drive, estaba de parte de Perry. "Aquellos manuales japoneses estaban plagados de typos", recuerda. "Al leer mal uno de ellos, mandé información a través de la Genesis [la Mega Drive norteamericana] al doble de la velocidad a la que se suponía

ti igual no se te ocurrían, y los bordes se suavizan mucho. Así que acabamos teniendo esas líneas de animación increíblemente suaves".

"Los animadores creían que era un reto demasiado grande, pero yo decía: 'qué va, tan sólo le decimos al código que mantenga el frame durante un par de segundos'. Por aquel entonces, las animaciones en los juegos eran muy sencillas, repitiendo cíclicamente, por ejemplo, los frames del uno al ocho. Nuestros animadores le pedían al juego que mantuviese el séptimo frame, y que luego volviese al sexto frame".

**En un estudio** en el que se reproducían Laserdiscs de Tex Avery las 24 horas del día, Perry quería que *Earthworm Jim* tuviese aspecto de dibujo animado sin ser infantil. Según dice, "aquellos discos nos servían de inspiración. Aprendí mucho sobre animación gracias a las observaciones de la gente sobre la acción dramática, la acción que se superponía, los movimientos decorativos, la exageración".




De haber sabido las consecuencias, ¿lanzaría Jim a la vaca? Este misil vacuno tardaría todo el juego en caer... justo encima de la heroína, la Princesa Como-Se-Llame.












**Encima: el nivel submarino se convirtió en una prueba contrarreloj. Arriba: la creación de Peter Cachorro tiene como objetivo salvar a Jim de su propia incompetencia.**

Además, los diseñadores e ingenieros de Shiny tenían prohibido tomar notas durante las reuniones. Tenían que hacerse una imagen mental de las ideas, independientemente de su habilidad artística, convirtiendo la mesa de conferencias en una galería de arte 'espantosa'. El resultado, insiste Perry, fue que las conversaciones, que se encaminaban hacia cosas cada vez más surrealistas con notas incomprensibles, se malinterpretaban. A medida que las ideas aleatorias se convertían en mecánicas imposibles, surgió un método de producción en tiempo real.

"Estoy cansado de que la gente hoy día tenga escrita cada pantalla, icono y momento antes de tocar el ratón", dice Perry entre dientes. "Echo la vista atrás a aquella época y pienso: 'Dios, ojalá todo siguiese siendo igual'. *Earthworm Jim* no tenía ninguna hoja de diseño; al principio, sólo le teníamos a él corriendo de izquierda a derecha. Luego tuvo que saltar. ¿Qué podríamos tener para hacerle saltar? Pongamos un perro loco que le muerda el culo. Ni siquiera sabíamos cómo sería el nivel siguiente. Y cuando creas un juego basándote en lo que funciona, el resultado no se parece en nada a lo que saldría si lo hubieses escrito de antemano".

Aun sin quitarle el mérito al equipo de Shiny, Jim le debe mucho a la creatividad de sus diseñadores jefe. TenNapel quería un héroe casual, que fuese casi calamitoso, mientras que Perry se imaginaba a un saco de músculos, superficial pero hábil. "Aquel tira y afloja salió bien, pero perdió una batalla muy importante en la serie de televisión; todo lo que hacía era ridículo".

"Luego hicieron una versión para Game Boy en Crave. Era horrible. Casi parece que hayan matado la franquicia con esos juegos".

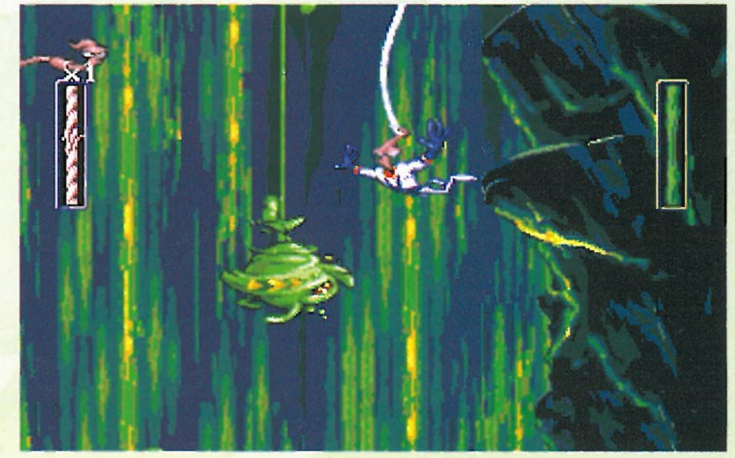
Aun así, las posibilidades de que regrese Jim son del cien por cien, o así lo cree Perry. "Es difícil volver a reunir a todo el mundo, pero creo que va a ocurrir". En 2005, Perry se dirigió al presidente de Atari, Bruno Bonnell, y le propuso un regreso de su equipo original. "Bruno dijo: 'en realidad, tenemos algunos problemas aquí con Atari. No podemos permitirnos el financiar esto'. Y ya estábamos en pleno proceso creativo. Fue una de las razones por las que acabé tirando la toalla".

¿Y *Earthworm Jim 4*, recién anunciado por Interplay? "Bueno, técnicamente, no hay una Interplay real, es sólo una persona. Así que es más un anuncio que una realidad". Tal vez no veamos dicho juego hasta que los cerdos, y no las vacas, vuelen.



## NO HAY PROBLEMA

**En entrevistas a TenNapel (arriba, sentado junto a Perry) y al fundador de Shiny, ambos hablan de reconciliación. ¿Cuál fue el motivo de la discusión? Perry admite que "cuando todo saltó a las 3D, me sobraba el dinero. Así que vendí [Shiny] a Interplay. Había creado lo que pensaba que era una asombrosa compañía en 2D que era bastante redundante. Entonces, Andy Astor escribió todo el motor de MDK desde cero, hicimos 52 acuerdos para la licencia y ganamos millones de dólares. Así que los chicos se enfadaron conmigo. Fue una decisión estúpida, soy consciente. Pero nadie más estaba en mi silla". TenNapel dice que "yo era joven, impaciente, negativo y tenía miedo de perder el control de mi personaje. Dave es un gran tipo, me ofreció una gran oportunidad, y hablando en perspectiva puedo asegurar que el tiempo que trabajé para él fue tiempo bien invertido.**



**Demasiado elegante como para hacer puenting con una cuerda de mocos, Jim no tiene reparos en robarle la silla para subir escaleras a una pobre anciana o montar un hámster.**



# La vida (pequeña) es bella

**La nueva generación de juegos descargables está cambiando el mercado de motores middleware**

A todo el mundo le gustan los juegos descargables. Son pequeñas, baratas y accesibles piezas de diversión que recuerdan a la oleada de títulos de los 80 en los recreativos, o arcade para los más chic. De hecho, *Xbox Live Arcade* se llama así por algo.

Para los desarrolladores, tamaño, costes y accesibilidad son restricciones que han de superar. Por supuesto, no hay atajos a la hora de conseguir que un juego sea divertido. Siempre es algo íntimamente relacionado con la creatividad y la experiencia. Pero cuando se trata de conjugar aspectos como pequeñez (en megas) y módico (en costes), las compañías programadoras de middleware pueden echar una mano.

El explosivo crecimiento de desarrolladores que hacen juegos descargables es un mercado que muy pocos pueden permitirse ignorar. También proporcionan una buena oportunidad a los estudios programadores de middleware menos establecidos en ventas a la hora de forjar una buena reputación con nuevos juegos de estudios que, en el futuro, pueden estar desarrollando grandes títulos para consolas. Una de estas compañías de middleware es Vicious Cycle Software. Ubicada en Carolina del Norte, forma parte de una tendencia creciente en la industria: un desarrollador de juegos que se transforma en un desarrollador de herramientas. Tras cinco años haciendo juegos y trabajando en sus propias herramientas de programación, en 2005 tomaron la decisión de ponerlas a disposición de otros desarrolladores. Inicialmente, centraron sus esfuerzos en la por entonces recién salida PSP, una plataforma que Vicious conoce bien gracias a sus títulos *Puzzle Quest* y, sobre todo, *Dead Head Fred*.

Según pasó el tiempo, abrieron sus miras por exigencias del mercado a Xbox 360, PlayStation 3 y Wii, pero las orientaron hacia las compañías que se dedicaban a hacer juegos descargables.

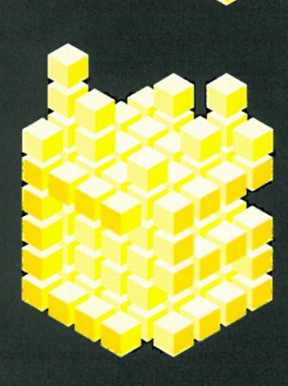


**"Mi trato ideal sería pagar a los proveedores de middleware una vez que nuestros productos sean rentables"**

La desarrolladora estadounidense Frozen Codebase, formada por antiguos miembros de Raven y Radical, ha sido una de las últimas en contratar las herramientas de Vicious Engine para su título *Elements Of Destruction*, disponible en XBLA. "Nunca consideramos realmente desarrollar un motor propio para nuestros títulos de XBLA o WiiWare –explica Ben Geisler, fundador de Frozen Codebase–. Si trabajásemos en juegos bidimensionales, un motor hecho por nosotros sería factible, pero queremos centrarnos en juegos descargables totalmente en 3D, por lo que no tiene mucho sentido destinar una parte de nuestros esfuerzos a un equipo dedicado a esto. Si llegamos a un nivel en el que nuestros juegos sean auténticos bombazos, esto puede que cambie, pero la opción del middleware es la más acertada para títulos de corta duración."

Otro estudio que usa el Vicious Engine es Epicenter. Según su programador

Epicenter utilizó el Vicious Engine para su primer juego, *Critter Round-up*, y lo desarrolló en tres meses.





Por su popularidad dentro de los juegos comerciales tradicionales, no hay muchos títulos que usen el Unreal 3 Engine. El primero en XBLA fue *RoboBlitz*, que alcanzó el límite de aquella época en tamaño: 50MB.

jefe, Gary Kroll, las restricciones del género obligan a los creadores a pensar de forma diferente respecto a los juegos que tienen un canal de distribución tradicional. "Las características más importantes que debe poseer un juego de estos son facilidad y estabilidad –explica–. Ahora mismo, la realidad es que los pequeños juegos descargables tienen poco presupuesto y planes de producción muy ajustados. Es sencillo hacer un buen producto en un corto periodo si tienes un motor fácil de usar y que tengas posibilidades de maquear. Los súper motores pueden convertirse en caballos difíciles de domar, y requieren un montón de atención sólo para que permanezcan estables."

No todos los que contratan estos servicios están buscando comprar lo último en tecnología. Como explica Jason Hughes, presidente de Steel Penny Games, puede haber una buena razón para que los estudios creen sus propias herramientas. "Mi mundo es el de la tecnología, y, por extensión, nuestro motor es mi pequeña alegría –confiesa–. Pese a lo que tenemos hoy todavía no es comparable con los mejores motores del mercado, el hecho de conocer cada línea de código tiene sus ventajas."

Además de aspectos como facilidad de manejo y similares, tanto para desarrolladores de juegos como para los de middleware, el punto de inflexión es el del coste para tener acceso a su tecnología. Los presupuestos de juegos de este tipo son muy bajos y los beneficios tampoco permiten gastar mucho en celebraciones, por lo que los proveedores de este software tienen que ser flexibles a la hora de vender sus licencias. "Era obvio que tendríamos que ajustarnos a presupuestos inferiores, pero también debíamos asegurarnos de no estar perdiendo dinero a través de soporte o tutoriales –dice Wayne Harvey, jefe técnico de Vicious Cycle–. Los juegos más pequeños tienen poco dinero inicialmente, por lo que tenemos una




*Edge Of Destruction* fue programado utilizando el Vicious Engine de Vicious Cycle.



oferta que consiste en ofrecer la licencia bajo un 'porcentaje de presupuesto' suyo". "Por desgracia, el precio es uno de los mayores impedimentos para los estudios con pocos recursos –añade Nathaniel McClure, consejero delegado de Epicenter–. Tienes que evaluar las capacidades del motor y su precio, lo que dictará cuánto dinero nos queda. Pero los proveedores con los que hemos trabajado, como Vicious, GarageGames y RAD, han sido muy flexibles."

Hughes también es optimista sobre los precios. "La flexibilidad llega si el desarrollador puede asumir más proyectos con el mismo motor o librería, pero en términos de tratos con rigurosa flexibilidad, no existe tal cosa. Mi trato ideal sería pagar a los proveedores una vez que nuestros productos sean rentables, y, claro, eso no es muy probable que se llegue a dar." Nada, ni siquiera en el mundo de los pequeños juegos descargables, es perfecto.

## Case study: Vicious

**Sujeto de estudio:** Vicious
**Compañía:** Vicious Cycle
**Tecnología:** Vicious Engine
**Plataformas:** 360, PC, PS3, PSP, Wii
**Coste:** negociable por petición
**URL:** www.viciousengine.com

**¿Diseñó usted Vicious Engine específicamente para juegos descargables?**
**Wayne Harvey:** Honestamente, no lo hicimos pensando en juegos descargables, sino en que fuera accesible y flexible. Por su flexibilidad hemos sido capaces de modificarlo para que trabaje con juegos descargables, y por su facilidad de manejo equipos pequeños pueden aumentar su productividad con poco presupuesto.

**¿Cómo es de importante el tamaño final de un juego?**
**WH:** Es importantísimo, porque muchos portales limitan la cantidad máxima de datos transferidos. Nuestro motor tiene unos compresores muy eficientes que aseguran la estabilidad del producto.

**¿Cree que los estudios que se dedican a hacer juegos descargables son muy diferentes a los desarrolladores tradicionales?**
**WH:** Da la impresión de que no están ahí por el dinero, sino que trabajan en este sector para dar rienda suelta a su emoción de hacer juegos y ser innovadores.

# JUGANDO EN LA OSCURIDAD ...porque la gente se niega a ver

## Persona pública non grata

POR N'GAI CROAL

El titular lo decía todo: "Las 10 personas que esperemos que se callen la p*** boca en el E3 de este año". No tuve que leerlo para adivinar cuáles eran los nombres de los desarrolladores incluidos en la susodicha -Denis Dyack, David Jaffe, Peter Molyneux- así como en el artículo del 10 de julio de la web Crispy Gamer. Efectivamente estaban presentes, junto con los de Cliff Bleszinski y Kudo Tsunoda.

La razón por la que aparecieron esos nombres en mi cabeza no fue por la de querer callarlos. Fue porque llevo considerando abordar el tema de los desarrolladores, cuyo discurso polarizó a periodistas y jugadores durante los últimos 18 meses, y que todavía tienen que demostrar lo que dijeron. Y esto fue justo la semana anterior a la que Dyack (presidente de Silicon Knights) se fuera al podcast semanal de 1UP y agitara un nido de avispas con sus ataques a los foros de Gaming-Age. Así que cuando un enlace a Crispy Gamer apareció en mi bandeja de entrada, pensé que había llegado el momento oportuno para comentar este tema.

Estos (y otros) desarrolladores no son los primeros en tratar a periodistas y jugadores de forma equivocada. Aquellos días en los que las revistas como ésta eran virtualmente la fuente exclusiva de información acerca de este sector, la cantidad de contacto a la que estaban sometidos los lectores con cualquier desarrollador era relativamente limitada. Algunos, como John Carmack de id Software, todavía hablaban directamente a los lectores a través de otros medios, pero las revistas llevarían el mando y los redactores serían los guardianes. El alza de Internet ha traído consigo una plétora de noticias que proporcionan tiendas, blogs y comunidades virtuales, cada una sirviendo como vehículo que proporciona un mayor acceso por parte de los desarrolladores a su audiencia, y más teniendo en cuenta que sus comentarios, citas o mensajes pueden ser diseccionados hasta la náusea. Lo que antaño pudo ser un comentario a uno o dos medios, ahora pueden ser enviados a terceros como si fueran entrevistas, repetido por unos cuantos más, y debatido varios días en los foros en discusiones desinhibidas que, bajo seudónimos, permiten que la conversación degenere en insultos y ridiculizaciones.

> ¿Cuántas veces deseamos que los promotores den menos cháchara sobre la compañía y más honestas exploraciones sobre la materia?

La lista de Crispy Gamer era sin duda para que se tomara como sana y afable diversión. Pero los titulares tipo "cierra el pico" resumen cuál es el problema con su actitud, seguramente sin intención. ¿Cuántas veces he deseado yo o cualquier otro periodista que los desarrolladores fueran menos crípticos y más abiertos? ¿Que nos dieran menos cháchara sobre la línea de negocio de la compañía y más disertaciones honestas sobre temas difíciles y controvertidos? Se puede decir lo mismo de ciertos lectores, que quieren menos relleno publicitario y más que digan la verdad. Pero la mentalidad de los "cierra el pico" no está diseñada para fomentar debate, sino para sentar cátedra. Más que estudiar un mensaje, algunos preferirían destruir al mensajero.

Es una actitud típica de los que frecuentan foros ocultos bajo un seudónimo. Se trata de una perspectiva diferente a la que tendría un periodista a la hora de analizar las declaraciones de un desarrollador —si bien el reportaje en cuestión estaba firmado por 'la redacción de Crispy Gamer' en vez de por una persona en concreto—, y creo que todos salimos beneficiados al leer declaraciones francas y libres. Seamos claros: no estoy diciendo que los desarrolladores estén libres de críticas o que ellos no deberían ser tema de debate. Pero las redacciones al estilo "cierra el pico" no son una crítica, sino un intento de intimidación ¿Para qué silenciar a un desarrollador cuando sus palabras dan una oportunidad para investigar así como punzantes preguntas que generarán a su vez fructíferas discusiones?

Al mismo tiempo, parece que hay un malentendido entre ciertos promotores como Jaffe y Dyack quienes han navegado entre foros, sólo para encontrarse, en ocasiones, la peor de las bienvenidas. Piensan que porque comparten con los foreros las mismas aficiones y pósteres en sus habitaciones, pueden ser "uno de los nuestros". Pero, como dice Jaffe, su propia mujer le señaló astutamente —después de la lluvia de críticas provocadas por un comentario que hizo acerca de la superioridad de PlayStation Network respecto a Xbox Live! Arcade— que él no puede ser uno de ellos. Sus palabras siempre llevarán más peso y engendrarán mucha más responsabilidad que las de las masas. (Una lección que me sirvió de mucho después de la reacción a los comentarios que hice en las noticias de la MTV sobre las imágenes con carga subrepticiamente racial en el segundo trailer de *Resident Evil 5*).

Pido a los desarrolladores que hablen libremente, que lo hagan pensando en lo mejor y esperando lo peor, y que entiendan que, por largo que sea su discurso, no será mayor su comprensión. Generalmente es mejor decir tu parte lo más clara posible, y luego dejar el camino a otros. Y al resto de gente que lea esto, periodistas o entusiastas, otra recomendación: es mejor tirar con la actitud de "voy a leer el artículo entero" antes que la de "cierra el pico, bocazas".

***N'Gai Croal escribe sobre tecnología en la revista* Newsweek. *Puedes encontrar su bitácora en la dirección blog.newsweek.com/blogs/levelup/***



# HOLA, SOY RANDY Diseño de videojuegos y tal

## A vuestra imaginación.

POR RANDY SMITH

Imaginad esto: un juego en el que salvas a las personas de sí mismas. Hay un revuelto y maligno agujero negro y, a medida que atrae a más y más inocentes, aumenta su capacidad de absorción. Para salvarles, debes crear cosas que puedan explorar, como torres abandonadas que tienen luz en las ventanas más elevadas, planetas de residuos en los que la ecología robótica evoluciona de forma natural, grandes libros de conjuros que funcionan de verdad, y mapas antiguos que parecen demostrar que todas las leyendas populares son reales. Un día te das cuenta de que no es un videojuego, sino que es la realidad.

¿Qué es eso en lo que crees pero que nunca has visto ni tocado? Y no me refiero sólo a los centauros, porque todo el mundo cree en ellos. Hablo más bien de parábolas, de madres que salvan a sus hijos levantando los coches que los aplastan, del futuro, o de esa fuerza innegable que provoca que la gente llore en las bodas. ¿Qué puedes ver que, en realidad, no está ahí? En una ocasión era un explorador de las fronteras del espacio exterior. Aterrizaba en lunas chamuscadas para llenar mi nave de minerales extraños, o bien recorría exuberantes planetas en busca de especímenes animales. Era un trabajo solitario hasta que me topé con un descubrimiento desconcertante: un templo que unos entes inteligentes habían construido siglos antes. Observé con gran atención las ruinas en estado de descomposición; ya hacía mucho tiempo que la jungla había reclamado el suelo de la brillante pirámide. También recuerdo haberme sentado a ver océanos de amoníaco desde lo alto de cumbres escarpadas, así como el modo en el que me azotaban vientos a miles de kilómetros por hora mientras el brazo robótico de mi nave recogía cristales de color óxido.

Lo cierto es que nada de esto era real. Los sprites de la Commodore 64 contenían menos información de la que incluye este párrafo y yo debía, a partir del texto que me ofrecían, imaginarme todo eso del terreno, el viento y las condiciones atmosféricas.

En ese aspecto, jugar al clásico de 1986 *Starflight* era como leer un libro, al menos en lo que respecta a la forma en la que incitaba a que mi imaginación rellenase los detalles incompletos. La literatura tiene los mejores gráficos de cualquier medio, porque recurre a la librería mental del lector, llena de imágenes y guías que le ayudan a crear escenarios que son ideales para él. Al igual que la de muchos niños, mi vida estuvo llena de aventuras imaginarias. Leía historias y luego representaba nuevos capítulos con figuras de acción. Estaba enamorado de aquellos dibujos de naves espaciales, épicas y horteras, y solía dibujar esquemas en los que describía sus láseres y sus misiles y para qué se utilizaban todos los botones del panel de mando. Solía perder el autobús por abstraerme demasiado dibujando mapas del tesoro.

> "La literatura tiene los mejores gráficos de cualquier medio, porque recurre a la librería mental del lector, llena de imágenes y guías"

La imaginación es un proceso fascinante, una invitación a la participación creativa, una superposición entre la fe y la predicción, un sueño o un poema que cobra vida. Te permite ver cosas que todavía no existen, refleja tu creencia en la magia, implica que estás vivo. Te hace preguntarte, cuestionarte y ver las cosas desde diferentes puntos de vista, y, lo que es más, desarrolla tu ética.

El cine pone tanto énfasis en el aspecto visual de 'mostrar, no contar', que parece que intenta acabar con la imaginación, pero es evidente que lograr dejar esas aberturas es todo un arte. Por ejemplo, ¿cuán geniales eran las Guerras Clon y la exterminación de los Jedi cuando todo lo que tenías era aquel diálogo desechable del Episodio IV? ¿Has logrado suprimir el concepto de los midiclorianos de tu visión de la Fuerza? Hay una anécdota muy famosa sobre el tiburón mecánico del plató de *Tiburón* el bicho funcionaba mal porque no lo habían probado bajo el agua, así que Spielberg sustituyó los ataques del tiburón, el eje central de la película, por escenas llenas de suspense e imágenes de reacciones. La gente opina que este enfoque logró que la película diese más miedo, y si nadie se atrevió a nadar durante meses en la zona no se debió a tiburones robot que atacaban de frente llenando el océano de sangre, sino por todo el espacio negativo a su alrededor. De algún modo, lo que la película omite da cuerda a la imaginación.

¿Cómo consiguen estos medios emplear la imaginación de forma tan efectiva? Ofrecen contornos sin rellenar cada detalle y guían al público a través de sus creaciones. Presentan misterios por resolver, palabras por explorar, y colocan los premios lejos de nuestro alcance.

¿Sabíais que, por primera vez en la historia moderna, menos de la mitad de la población norteamericana lee libros? Otro chiste para que el mundo se ría de nosotros, que se une a las irregularidades en las votaciones, pero que es algo penoso cuando eres de allí. Se está descuidando una de las formas artísticas básicas. Lo que es más, la Asociación Nacional de Educación relaciona la bajada del índice de lectura con la bajada de la participación cívica, que incluye el voluntariado, el involucrarse en la vida política, el visitar museos y el asistir a eventos deportivos. En el informe, hay alguna que otra acusación que señala a la TV, a Internet y a los videojuegos por requerir pequeños lapsos de atención y ofrecer satisfacción instantánea a cambio de dejar a un lado la actividad mental. Cada vez más, la gente abandona la lectura y se deja abrazar por los videojuegos. ¿Qué tipo de hogar creemos que estamos creando para ellos?

***Randy Smith es diseñador jefe en el estudio de EA en Los Ángeles. Trabaja en una colaboración con Steven Spielberg.***





POR STEVEN POOLE

# GATILLO FÁCIL

Dispara primero, pregunta después

## Una relación de amor-odio

Justo cuando estaba fuera del mundillo, ellos me volvieron a meter. Los videojuegos, digo. En 2005, mientras escribía mi libro *Unspeak,* los dejé a un lado. No podía permitirme esas horas; no podía permitirme esa inversión de conocimientos tan altamente especializados como últimamente inútiles. Pero llegó un momento, más o menos un año después de dejarlos, en el que por fin acababa de entregar el manuscrito final del libro y decidí darme un capricho. Fue la pequeña pieza de magia negra de Sony, la PSP, la que me murmuró sus encantos, sobre todo después de que el médico me recomendara gastar mi tiempo en conocimientos tan altamente especializados como inútiles. Lo que fuera para que desapareciese el atontamiento que uno tiene después de escribir un libro.

No es tan fácil apagar el cerebro. Se trata de un proceso gradual. Así que, ¿por qué no distraerlo con algunas carreras antigravitatorias que te caben en la palma de tu mano? Por aquella época, yo era el típico exfumador que creía que, tras estar rehabilitado, podía fumar una calada y no sentir el gusanillo de volver a hacerlo otra vez. Las esporádicas sesiones de *Wipeout Pure* o *Ridge Racer* se convirtieron en noches completas tumbado en el sofá con *Metal Gear Acid* y *Exit,* y después, con la *DS Lite, Animal Crossing* y *Phoenix Wright,* al que mi novia podía jugar en francés al mismo tiempo.

Aunque parezca mentira, me resistía a comprar una nueva caja para poner debajo de mi tele. En parte era porque no había nada en 360 o PS3 que me pareciese realmente nuevo. (Me encantaba jugar al *Wii Tennis* en casa de un amigo, pero me resultaba imposible instalar este cacharro en mi diminuto apartamento parisino sin destrozarlo en el intento.) Y de todas formas, el juego portátil se ajustaba mejor a mi estilo de vida. Para mantenerme delante de un aparato de televisión durante decenas de horas, un videojuego debería ser tan emocionante como *The Wire* o *A Dos Metros Bajo Tierra.*

Además, puesto que ya no escribía acerca de videojuegos por dinero, ya no tenía por qué cultivar ese interés profesional en cada tipo de juego. Es un requerimiento ocupacional —o, como dicen los franceses de forma más rotunda, 'deformation professionnelle'— para los redactores de videojuegos. Nuestro sector ha sido vilipendiado cruelmente desde su instauración, definido como pueril, estúpido o moralmente dañino, y en muchas ocasiones se generaliza cualquier situación particular como un todo.

Desde mi punto de vista de consumidor, me he acomodado felizmente en una nueva actitud. Hay toneladas de juegos buenísimos. También hay muchos juegos que pueden ser magníficos ejemplos dentro de su género y que jamás tocaré, porque pienso que el género en cuestión es inherentemente tedioso. Me pregunto, por ejemplo, cómo *World of Warcraft* se ha convertido en algo tan grande, consiguiendo que personas que antes no jugaban se conviertan en auténticos adictos que buscan su dosis diaria de lucha medievo-fantástica. Y aun así, no voy a gastar horas de mi vida entre elfos para comprenderlo mejor. La fantástica parodia que circula por internet, titulada *World of World of Warcraft* y que describe un juego donde manejamos a un usuario de WOW que vive en el sótano de su casa, a mi parecer resume perfectamente la situación.

> "No me gustan todos los videojuegos, sólo algunos. Y así es como debería ser, ¿no? ¿Conocéis a alguien al que le gusten todos los libros?"

A principios de año, el periódico *The Guardian* me pidió que escribiera un artículo sobre la violencia en los videojuegos por la repercusión que había tenido cierto informe en la prensa. No tenía intención de subrayar esa postura entusiasta de 'hey, los videojuegos son la monda', sino la de ver si realmente *GTAIV* es más violento que, digamos, *No Es País Para Viejos.* Cuestionar la naturaleza de los videojuegos como un bloque pone en peligro nuestra credibilidad. Porque para mí no tiene ningún interés una conversación sobre una ambientación medieval espectacular, o que si este juego tiene unas invocaciones mágicas increíbles o que si aquél tiene la lista de coches licenciados más grande que jamás haya visto la humanidad en un videojuego. No me gustan todos los videojuegos, sólo algunos. Y así es como debería ser, ¿no? Es decir, ¿conocéis a alguien al que le gusten todos los libros, desde cuentos románticos a estudios sobre la torsión de metales? ¿Existe mucha gente a la que le gusten todos los géneros del cine, o de la música? Es algo muy raro. Deberíamos considerar un rasgo de madurez de la industria el hecho de que haya gente que sólo juegue a shooters hiperrealistas, o a títulos con animales peludos como protagonistas. Es una segmentación natural según progresa cualquier medio, desde la fascinación inicial en la que todo mola hasta el punto en el que nos especializamos siguiendo ciertas preferencias, estilos o contenidos.

Una vez, en otro contexto, escribí lo siguiente: "Dices que amas la música, ¿verdad? Bien, pues dime a qué compositores odias". Lo confieso abiertamente: odio un montón de videojuegos: algunos son desquiciantes, artísticamente mediocres, y los hay atrozmente escritos sobre una jugabilidad más que aburrida. Otros juegos —muchos menos de los mencionados en la frase anterior— pueden renovar mi fe y capacidad de maravillarme en el potencial que tiene esta industria. E incluso en esos casos hay algunos factores que odio dentro de los juegos que me encantan, y ésa es una parte de lo que voy a intentar transmitir de ahora en adelante en futuras columnas que veréis en esta revista. Como mínimo, es una definición aproximada de las críticas que Trigger-Happy (Gatillo Fácil) va a hacer a partir de ahora.

*Steven Poole es el autor Trigger Happy:* **La Vida Interior De Los Videojuegos.** ***Visítale online en su web stevenpoole.net***



Ilustración: tstokes

# Fórum




Número 28

F

## ONLINE OFFLINE

**Extractos del foro de discusión de www.revistaedge.es**

**Tema:** mareo con los juegos en primera persona

**Pues eso, que yo me mareo con los juegos en primera persona, y me preguntaba si le ocurre a otra gente. Acaso tenga que ver con el hecho de no tener una referencia fija en la pantalla, con algún trauma insuperado o simple inadaptación al famoso efecto túnel de la visión masculina, pero a mí me están vedados los FPS, la cámara "on board" de coches y motos en los juegos de conducción, por no hablar de casos como el de Mirror's Edge, que para mí supondría prácticamente entrar en un estado cataléptico. ¿A alguien más le pasa? ¿Existe explicación para este fenómeno?**
**Gracias, foreros edgianos!!!!**
Aliento

**yo con el único juego que me he mareado ha sido con el prey. El mareo venía por una extraña sensación de perder la orientación cuando ibas por las paredes, techo, y demás....**
esilvan242

Mucho a llovido desde la primera aparición de Sonic en la consola Sega, con una imagen algo chulesca pero se podía intuir algo afable. Se dedicaba a salvar animalitos de las garras del Dr. Robotnik en solitario y le sobraba arte para realizarlo. Sus primeros juegos rozaron la perfección con entregas sublimes como: Sonic 2, Sonic 3, Sonic & Knuckles, Sonic 3D, Sonic Pinball...

Después vinieron sus juegos de Dreamcast que supuso un gran salto generacional para este personaje, pero que duró únicamente tres entregas: Sonic Adventure, Sonic Adventure FX y Sonic Adventure 2.

A partir de aquí, caída en picado.

En la actualidad nos encontramos con un nuevo Sonic. Cierto y verdad que Sonic va prácticamente desnudo y no podemos criticarlo en el sentido de la vestimenta (poco o nada han cambiado sus inconfundibles guantes y zapatillas) pero si nos fijamos en la actitud del personaje ralla la agresividad y podemos afirmar sin temor a equivocarnos de que es un personaje chuleta como pocos. Además en su último juego para 360 y Ps3 llega a "tontear" con una... ¡humana! ¿Pero qué es esto?

Además ahora parece que se aficiona al pluriempleo participando en las Olimpiadas junto a Mario, luchando en Brawl (demostrando Nintendo que sabe entender la filosofía de Sonic mejor que la propia Sega) o participando en Sega Superstar Tennis como clara imagen de reclamo.

El futuro no se presenta más esperanzador con una entrega como es Sonic Unleashed, en la que nuestro erizo favorito aparece como un licántropo y una nueva entrega para Wii, Sonic The Black Knight, en la que aparece como caballero de la Edad Media. También es verdad que aparece una nueva entrega para DS hecha por Bioware que tiene buena pinta, pero visto el baraje de decepciones nos esperamos cualquier cosa.

¿Qué ha llevado a sus creadores a llegar a este punto? ¿Por qué ese cambio de actitud en el uso del personaje? ¿No ha sabido Sega tratar a su mascota como se merece?

**"Sonic es un personaje chuleta como pocos, además en su último juego llega a tontear con una ¡humana! ¿pero qué es esto?"**

## ASÍ PUNTÚA LA PRENSA DE VIDEOJUEGOS

Te recordamos las notas de los juegos aparecidos en el número 28 de Edge y, para que tengas una visión más completa, hemos recopilado las notas de diversos medios online y offline de todo el mundo.

| | EDGE (sobre 10) | HOBBY CONSOLAS (sobre 100) | XTREME (sobre 10) | NGAMER (sobre 100) | NINTENDO ACCION (sobre 100) | XBOX 360 (sobre 10) | PLAYSTATION RO (sobre 10) | PLAYMANIA (sobre 100) | FAMITSU (sobre 40) | EGM (sobre 100) | MERISTATION (sobre 10) | VANDAL (sobre 10) | GAMESPOT (sobre 10) | 1UP (A=10/F=0) | IGN (sobre 10) | EUROGAMER (sobre 10) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| NINJA GAIDEN II - 360 | 8 | 92 | - | - | - | 9,6 | -- | - | 34 | 75 | 9 | - | 8 | B- | 8,7 | 7 |
| BATTLEFIELD: BAD... -360/PS3 | 7 | 81 | 9,1 | - | - | 9,4 | 9,2 | 91 | 35 | - | 8 | 8,8 | 8,5 | B | 8,6 | 8 |
| ALONE IN THE DARK - 360 | 7 | - | 6,9 | - | - | 7 | - | 72 | - | 47 | 6 | 6,5 | 6,5 | B- | 3,5 | 7 |
| AGE OF CONAN - PC | 8 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 9 | 9,5 | 8,5 | B- | 7,8 | 8 |
| CONSPIRACIÓN DE BOURNE-360 | 4 | 83 | 8,8 | - | - | - | 9 | 81 | - | - | 7,5 | 7,9 | 8 | C+ | 7,5 | 5 |
| BUZZ! EL MULTICONCURSO - PS3 | 7 | 84 | - | - | - | - | 9,2 | 90 | - | - | - | - | 7,5 | - | 7,8 | 8 |
| FFCC: MY LIFE AS A KING - WII | 7 | - | - | - | 88 | - | - | - | - | - | 6,5 | 8 | 5 | B+ | 7,5 | 8 |
| OPOONA - WII | 7 | - | - | - | - | - | - | - | 31 | 68,33 | - | - | 6,5 | B- | 6,8 | 8 |
| BAROQUE - WII | 5 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 6,5 | - | 5,4 | - |
| TOP SPIN 3 - 360 | 7 | 92 | 8,2 | 71 | 78 | 8,6 | 9 | 90 | - | - | 8 | 8,3 | 8 | C+ | 7,8 | 8 |
| TV SHOW KING - WII | 5 | - | - | 72 | 77 | - | - | - | - | - | 7,5 | 7 | 7,5 | - | 6,4 | 4 |
| BEIJING 2008 - 360 | 5 | 75 | - | - | - | 7,5 | - | 85 | - | - | 8 | 7,3 | 30 | B | 7,7 | 5 |



## ¡Premio a la mejor carta del mes!

Escríbenos sobre un aspecto de la cultura del videojuego que te interese u opinando sobre cualquier artículo o crítica de la revista. EDGE se reserva el derecho de resumir o extractar las opiniones recibidas. El próximo mes una carta de las publicadas recibirá como premio una pistola con puntero láser para Wii. La carta ganadora de este mes, premiada con una pistola láser con puntero es de **ForCorleone.**




Mi opinión: La verdad es que, personalmente, he perdido toda la ilusión que tenía por Sonic. Es un personaje que ha envejecido realmente mal. Hasta cierto punto me da pena cuando miro atrás y veo como es ahora.

Es un personaje al que se le ha atribuido una personalidad chulesca que realmente no me gusta. Me gustaba más cuando estaba calladito y sólo se dedicaba a correr en scroll lateral salvando a animalitos de las garras de Robotnik.

Ahora es un personaje que lo entiende mejor la propia Nintendo que Sega, precisamente porque da la impresión de que no saben por dónde coger a su propio personaje y qué hacer para volver a ser lo que era antes: ese alguien especial.
**ForCorleone (vía foro)**

En el foro de EDGE (www.revistaedge.es) puedes encontrar muchos otros comentarios sobre este tema realizados por los usuarios del foro. Nuestra opinión es compartida con la de ForCorleone, Sonic no se ha adaptado bien al cambio de consolas, pero SEGA sigue queriendo explotarlo como si de un Mario se tratara. Bien es verdad que sigue manteniendo buena parte de su atractivo pero si no se apoyan en buenos juegos, los personajes desaparecen.

Sobre el iPhone, en cuanto a plataforma de videojuegos, yo le veo bastante futuro de aquí a un par de años. id Software ha confirmado un shooter (que será Doom, Quake o Wolfenstein), y juegos como el Super Monkey Ball que tienen buena pinta.

Según he leído, un iPhone podría ejecutar un juego de NDS con facilidad, lo cual nos hace plantearnos al dispositivo de Apple como un competidor firme contra las portátiles (evidentemente, no lleva el mismo tiempo en el mercado que las otras dos, pero no olvidemos que vendió un millón de unidades en su primer fin de semana y la cifra sigue subiendo). La gente, que en mi opinión no sabe lo que busca en un dispositivo, se preocupa de pijerías como la grabación de vídeo o "cuántos megapíxeles" tiene el cacharro (pensando, como siempre, que cuantos más tenga, mejor, o en grabar un vídeo de 30 segundos a una resolución bajísima y con un sonido enlatado para enseñárselo a los colegas). Yo pienso que el iPhone tiene futuro como teléfono móvil y como consola de juegos.
**blade-drummer (vía foro)**

El iPhone es un buen reproductor multimedia al que se ha adosado un teléfono móvil regular. El resultado es ese y lo mejor de todo es el precio ya que muchos se compraron el iPod por lo que ahora cuesta el iPhone. El problema de la cámara es que no se puede hacer videoconferencia y en un producto de este tipo 2Mp es poco. En lo que más nos puede importar, que son los juegos, habrá que verlo ya que puede ser parecida a una DS pero sólo tiene una pantalla y los mejores juegos, los de Nintendo, no saldrán para el iPhone. Algo parecido ocurre si lo comparamos con la PSP y sus juegos, en todo caso iremos comprobando si salen todos esos juegos que se supone sacarán para el iPhone.



**Tema: ¿Que Halo os ha gustado más de todos?**

**Todos son buenísimos y todos han ido a mejor siempre, pero para mí el primero me dejó huella. Me acuerdo cuando lo ví por primera vez, con aquellos gráficos, aquel sonido, aquella traducción al castellano, esa maravillosa jugabilidad perfectamente acoplada al pad de consola. Para mí fue el principio y la referencia de los shooters de consola sin menospreciar a ninguno.**
Mac el pumaron

**Para mí el primer halo. Pero en su versión PC. En realidad toda la saga es maravillosa. Pero el primero como el Half Life, me sorprendió por sus gráficos y la historia tan bien narrada.**
KerythRix

**pues otro que se apunta al primero. y el peor ? el segundo. No me terminó de convencer....**
esilvan242

**Sólo he jugado al Halo 3 y la verdad es que no está mal el juego pero creo que lo valoran demasiado (opinión personal).**
ForCorleone

**...Y compartida. Para mí es uno de los juegos más sobrevalorados del catálogo de Xbox 360, codeándose en el podio con, por ejemplo, 'Perfect Dark Zero'. Aunque, evidentemente, 'Halo 3' me parece como 100 veces superior a éste (o no tantas).**
ForoShock

**Sólo por el Live y la cantidad de gente que he conocido, Halo 3 es el juego que más y más horas ha pasado girando en mi X360.**
Junky

En el nº 28 de EDGE, el análisis de Ninja Gaiden 2 es simplemente penoso, a la altura de hobby consolas. No recuerdo la nota pero era muy alta para un juego en el que si mueres el 70% de las veces es culpa de una horrenda cámara que nunca esta donde debe, y cuando mueres tantas veces en el mismo sitio por el gran elenco de Pu%·$% que te hace la cámara, el sabor de boca que queda es de "vaya forma de tirar 70 euros a la basura". Un juego con una cámara tan horrenda nunca puede ser bueno, cuanto menos un juego notable...recuerdo el 3 que se le cascó a Army of Two, juego que gana en diversión a patadas a éste, y si bien no brillante, los enemigos son los enemigos, no la cámara...
**Alo (vía foro)**

Los análisis de videojuegos en EDGE los hace gente que ha jugado mucho a ese tipo de juegos o que conoce a la perfección toda la saga. En este caso la crítica puede no ser todo lo buena que nos gustaría pero en EDGE si recomendamos un juego no te equivocas en la compra.

Yo lavo las manos antes de coger un mando, no soporto ver a nadie con un mando en las manos y que estas estén llenas de grasilla o restos de Doritos xD

Además, para jugar a la Wii siempre me siento en una silla, no me gusta sentarme en un sofá porque siento que me resta movilidad a

sigue

la hora de usar el wiimote (eso si no juego de pie, aunque por ahora solo a WiiSport o WarioWare).

También suelo sacarle el jugo a toda cosa jugable que cae en mis manos, llegándome a pasar un juego varias veces sólo para poder verlo TODO (por ejemplo, me terminé FFX todas las veces que fueron necesarias para ver los distintos diálogos que tiene Tidus con un personaje del grupo en la moto de nieve, cuando van de camino al Templo de Macalania a buscar a Yuna xD).

PD: Por si no lo sabíais, el personaje con el que habla Tidus es diferente dependiendo de las veces que hayas hablado con él a lo largo del juego, o si siempre hablas primero con ese personaje.

**simplemente_mat (vía foro)**

La Wii hace que nos replanteemos muchas cosas, incluso la postura.



**Tema: Project Zero IV: La mascara del eclipse lunar para Wii**

**Aleluya un juego super decente!!!**
**No he jugado a ninguna entrega de esta saga, pero cuando salga (si sale en Europa) me lo compro**
Pilsen

**Bueno de momento convence la protagonista**
kikeLink92

**Enhorabuena a los poseedores de wii, os envidio!!!! Project Zero me parece uno de los mejores survivals de la pasada generación. Ya entraré para enterarme de los sustos que os lleváis. Por la noche da aún más miedito**
Alient

Sims, Mercadona el ahorro esta en el precio? La expansión más barata!!!! jajajajajajaja

A mi personalmente me gusta que se hagan expansiones sobre todo lo que venga, es bueno, no podemos exigir que todo sea perfecto, tanto si triunfan o si no mejoraran los nuevos juegos que van saliendo.

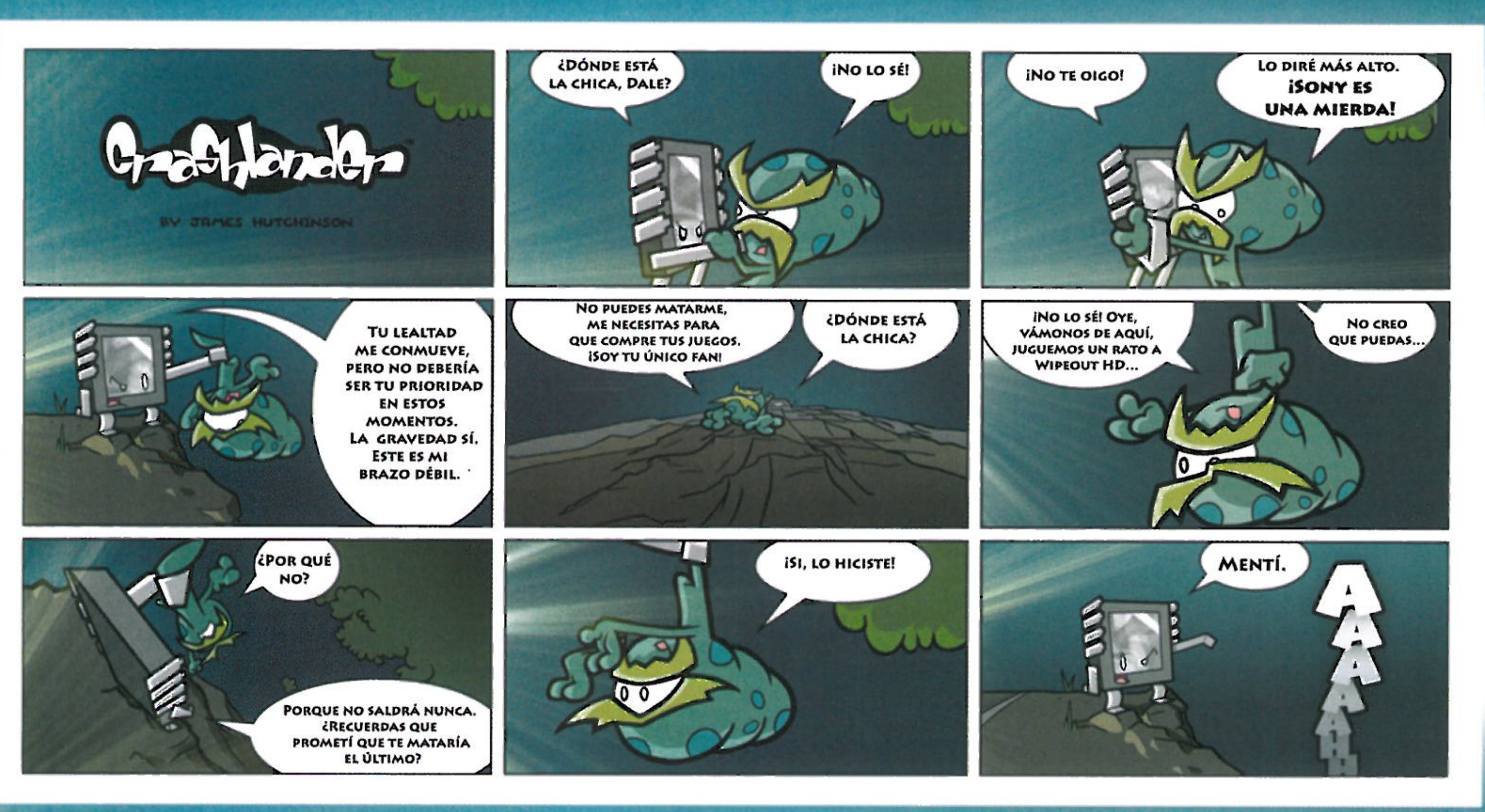
Yo personalmente me quedo con el reportaje que hizo EDGE de los Sims 3. Recuerdo que en un trozo de la entrevista se decía que las expansiones de los Sims 2 estaban sirviendo para ver lo que quería la gente y la mayoría de las expansiones ya vendrían por defecto en la versión 3. Además los Sims es un ejemplo de lanzar al mercado cosas y probar como lo acepta la gente. Si funciona lo acaban incluyendo y mejoran cada vez más la interacción. A mí, por ejemplo, lo que me tranquilizó y dio esperanzas es saber que dentro de poco no nos tendremos que complicar la vida y no vivir viendo que todo el mundo necesita todo y no llegar a tiempo para enfocar más nuestros avatares.

Sigamos recibiendo extensiones que creo que es un mecanismo para mejorar el futuro Sims 3!!!!

**Snake (vía foro)**

Los Sims son un buen ejemplo de dar a la gente lo que realmente quiere, desde su aparición se centró en esta forma de mejorar y el resultado no puede ser mejor, para todos aquellos a los que les guste este tipo de juego claro. No obstante en algunos otros títulos las expansiones son un abuso para cobrar más por lo mismo.

Éste es tu espacio. Envíanos un e-mail **(opinionesedge@globuscom.es)**, poniendo Fórum en el asunto. O por carta: Fórum, revista Edge, C/ Covarrubias, 1, 1ª Planta. 28010 Madrid



El archivo de Crashlander está disponible en www.crashlander.com/edge

## Edge

# SORTEA

## 10 packs de funda y accesorios para PSP







**Si tienes una PSP participa en el sorteo de DIEZ packs de funda más accesorios. Incluye divertidas caricaturas de Bart Simpson.**

## CÓMO PARTICIPAR:

**Por favor, responde a estas preguntas:**

**1.- ¿Juegas más en consolas portátiles que en fijas?......................................**

**2.- ¿Qué tipo de juegos quieres ver comentados en EDGE?....................................**

**¿Qué revistas de juegos compras de forma habitual?**

❑ NGamer ❑ Playstation (Revista Oficial) ❑ Superjuegos Xtreme
❑ Nintendo acción (Revista Oficial) ❑ Computer Hoy Juegos
❑ Micromanía ❑ Edge (versión inglesa) ❑ Hobby Consolas
❑ Otras (escribe cuál, por favor)
.....................................................................................
.....................................................................................

Nombre: ........................................ Apellidos: ........................................
Tel.: ............................................... Dirección: .........................................
C.P.: ............................................... Población: ........................................
Provincia: .................................................................. Edad: ..............................
E-mail: ...........................................

***Rellena y envía este cupón a: Revista EDGE. Covarrubias, 1. 28010 Madrid. Entrarás en el sorteo de los packs arriba indicados. Sólo se admitirá un cupón por persona. La lista de los ganadores saldrá publicada en el número 31 de Edge. Si eres suscriptor, puedes mandar tu número junto con los datos por e-mail y entrarás en el sorteo igualmente.***

# Notas

# Próximo número

**Edge** 30
Street Fighter IV, Stalker CS,
Viva Piñata, Face Breaker,
Wario Shake It y muchos más...